

العوامل المؤثرة في قرار تبني الشركات الصغيرة والمتوسطة الحجم
الخدمات البنكية الالكترونية من وجهة نظر المديرين

**Factors Affecting the Decision of Adoption E-
Banking Services in Small and Medium- sized
companies from Managers Perspectives**

إعداد الطالب

معتز عزام عيسى جريسات

401310191

إشراف الأستاذ الدكتور

محمد عبد العال النعيمي

قدمت هذه الرسالة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في

الأعمال الإلكترونية

قسم الأعمال الإلكترونية

كلية الأعمال

جامعة الشرق الأوسط

كانون ثاني / 2016

تفويض

أنا الموقع أدناه "معتز عزام عيسى جريسات" أفوض جامعة الشرق الأوسط بتزويد نسخ من رسالتي ورقياً وإلكترونياً للمكتبات، أو المنظمات أو الهيئات والمؤسسات المعنية بالأبحاث والدراسات العلمية عند طلبها.

الاسم: معتز عزام عيسى جريسات

التاريخ: 2016 / 1 / 31

التوقيع:



قرار لجنة المناقشة

نوقشت هذه الرسالة وعنوانها:

"العوامل المؤثرة في قرار تبني الشركات الصغيرة والمتوسطة الحجم الخدمات

البنكية الالكترونية من وجهة نظر المديرين"

وأجيزت بتاريخ 16 / 1 / 2016

أعضاء لجنة المناقشة	الجامعة	التوقيع
د. اسعود المحاميد	رئيساً	الشرق الأوسط
أ. د. محمد عبد العال النعيمي	مشرفاً	الشرق الأوسط
د. محمد عطوة المعاينة	عضواً خارجياً	اللقاء التطبيقية

شكر وتقدير

بداية... لا يسعني إلا أن أشكر دكتور الفاضل الأستاذ الدكتور محمد عبد العال النعيمي المشرف على الرسالة لما قدمه لي من دعم ومساندة وتوجيهات سديدة ورعاية علمية كان لها الأثر الأكبر في إنجاز هذه الرسالة.

كما أود أن أتقدم بالشكر إلى الدكتور حسين الشمري الأخ والصديق له كل الاحترام

والتقدير

والى كل من ساهم في إنجاز هذه الرسالة لكم مني جزيل الشكر والإمتنان....

وأود أن أقول بكلمات وجيزة إلى كل أب وأم وإلى كل أسرة صغيرة أو كبيرة أن تقوي

أبنائها بسلاح العلم والمعرفة لتنهض ببلدنا الأردن العزيز والغالي علينا وتبقى هامات رؤوسنا

مرفوعة بالأعالي.

الأهداء

أهدي جهدي المتواضع إلى

والدي ... الحبيب

والدتي ... الغالية

زوجتي ... الحبيبة

إخواني وإخواتي

وأبنائي الأعزاء

وإلى كل من شجعني وساعدني في إنجاز هذا العمل

قائمة المحتويات

الموضوع	الصفحة
عنوان الرسالة	أ
تفويض	ب
قرار لجنة المناقشة	ج
شكر وتقدير	د
الإهداء	هـ
قائمة المحتويات	و
قائمة الجداول	ط
قائمة الأشكال	ك
قائمة الملاحق	ل
الملخص باللغة العربية	م
الملخص باللغة الإنجليزية	س
الفصل الأول	
خلفية الدراسة وأهميتها	
(1-1): المقدمة	2
(2-1): مشكلة الدراسة	4
(3-1): أهداف الدراسة	5
(4-1): أهمية الدراسة	6
(5-1): أسئلة الدراسة وفرضياتها	6
(6-1): أنموذج الدراسة	8
(7-1): حدود الدراسة	9
(8-1): محددات الدراسة	9
(9-1): مصطلحات الدراسة وتعريفاتها الإجرائية	9

قائمة المحتويات

الموضوع	الصفحة
الفصل الثاني الأدب النظري والدراسات السابقة	12
(1-2): المقدمة	13
(2-2): الخدمات البنكية الالكترونية	14
(3-2): العوامل المؤثرة على الخدمات البنكية الالكترونية	22
(4-2): العوامل المحددة لتبنى الأفراد الخدمات البنكية الإلكترونية	27
(5-2): الدراسات السابقة العربية والاجنبية	28
(6-2): ما يميز الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة	36
الفصل الثالث منهجية الدراسة (الطريقة والإجراءات)	37
(1-3): المقدمة	38
(2-3): منهج الدراسة	38
(3-3): مجتمع الدراسة	38
(4-3): عينة الدراسة والخصائص الشخصية والوظيفية لأفراد عينة الدراسة	39
(5-3): أدوات الدراسة ومصادر الحصول على البيانات والمعلومات	41
(6-3): متغيرات الدراسة	43
(7-3): المعالجات الإحصائية	44
(8-3): التوزيع الطبيعي لمتغيرات الدراسة	45
(9-3): صدق أداة الدراسة وثباتها	46
الفصل الرابع نتائج التحليل الاحصائي للدراسة واختبار الفرضيات	48
(1-4): المقدمة	49
(2-4): نتائج التحليل الاحصائي للدراسة	49
(3-4): تحليل مدى ملائمة البيانات لإفتراسات اختبار فرضيات الدراسة	59
(4-4): اختبار فرضيات الدراسة	60

قائمة المحتويات

72	الفصل الخامس مناقشة النتائج والتوصيات
73	(1-5): المقدمة
73	(2-5): مناقشة النتائج
76	(3-5): التوصيات والمقترحات
78	المراجع
79	أ. قائمة المراجع العربية
81	ب. قائمة المراجع الأجنبية
85	قائمة الملاحق

قائمة الجداول

الصفحة	الموضوع	الفصل - الجدول
39	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الجنس	1 - 3
40	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير العمر	2 - 3
40	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير المؤهل العلمي	3 - 3
41	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير عدد سنوات الخبرة	4 - 3
46	التوزيع الطبيعي لمتغيرات الدراسة	5 - 3
47	معامل ثبات الاتساق الداخلي لأبعاد الاستبانة (مقياس كرونباخ ألفا)	6 - 3
51	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية وقيمة t المحسوبة ومستوى العوامل التكنولوجية	1 - 4
53	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية وقيمة t المحسوبة ومستوى العوامل التنظيمية	2 - 4
54	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية وقيمة t المحسوبة ومستوى العوامل البيئية	3 - 4
56	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية وقيمة t المحسوبة ومستوى قرار خفض التكاليف	4 - 4
58	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية وقيمة t المحسوبة ومستوى قرار الأمن والخصوصية	5 - 4
59	نتائج اختبار تضخم التباين والتباين المسموح به ومعامل الالتواء	6 - 4
61	نتائج اختبار تحليل الانحدار المتعدد لتأثير العوامل المؤثرة على تبني الخدمات البنكية الالكترونية في قرار تبني الشركات الصغيرة والمتوسطة الحجم الخدمات البنكية الالكترونية من وجهة نظر المديرين	7 - 4
64	نتائج اختبار تحليل الانحدار المتعدد لتأثير العوامل المؤثرة على تبني الخدمات البنكية الالكترونية في قرار تبني الشركات الصغيرة والمتوسطة الحجم الخدمات البنكية الالكترونية من حيث خفض التكاليف من وجهة نظر المديرين	8 - 4

قائمة الجداول

الصفحة	الموضوع	الفصل - الجدول
67	نتائج اختبار تحليل الانحدار المتعدد لتأثير العوامل المؤثرة على تبني الخدمات البنكية الالكترونية في قرار تبني الشركات الصغيرة والمتوسطة الحجم الخدمات البنكية الالكترونية من حيث الأمن والخصوصية من وجهة نظر المديرين	9 - 4
70	نتائج مؤشرات الموائمة لأنموذج المعادلة الهيكلية	10 - 4

قائمة الأشكال

الصفحة	الموضوع	الفصل . الشكل
8	أنموذج الدراسة	1 - 1
71	الأنموذج المقترح لتأثير عوامل تبني الخدمات البنكية الالكترونية (العوامل التكنولوجية، العوامل التنظيمية والعوامل البيئية) في قرار تبني الشركات الصغيرة والمتوسطة الحجم الخدمات البنكية الالكترونية ببعديه (خفض التكاليف والأمن والخصوصية)	1 - 4

قائمة الملاحق

الصفحة	الموضوع	رقم الملحق
86	أسماء محكمي أداة الدراسة (الاستبانة)	1
87	أداة الدراسة (الاستبانة) بشكلها النهائي	2

الملخص باللغة العربية

العوامل المؤثرة في قرار تبني الشركات الصغيرة والمتوسطة الحجم الخدمات البنكية الالكترونية من وجهة نظر المديرين

إعداد الطالب

معتر عزام عيسى جريسات

إشراف الأستاذ الدكتور

محمد عبد العال النعيمي

هدفت الدراسة إلى تحديد العوامل المؤثرة في قرار تبني الشركات الصغيرة والمتوسطة الحجم الخدمات البنكية الالكترونية من وجهة نظر المديرين. تكوّن مجتمع الدراسة من جميع مديري الشركات الصغيرة والمتوسطة الحجم في العاصمة عمان، والبالغ عددهم (1176) مدير. أما عينة الدراسة فقد شملت (118) مدير تم اختيارهم عشوائياً.

ولتحقيق أهداف الدراسة تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي من خلال العديد من الأساليب الإحصائية أبرزها تحليل الانحدار المتعدد لاختبار فرضيات الدراسة. وقد توصلت الدراسة إلى عدد من النتائج أبرزها وجود تأثير ذي دلالة إحصائية للعوامل المؤثرة على تبني الخدمات البنكية الالكترونية (العوامل التكنولوجية، العوامل التنظيمية والعوامل البيئية) في قرار تبني الشركات الصغيرة والمتوسطة الحجم الخدمات البنكية الالكترونية من وجهة نظر المديرين عند مستوى دلالة $(\alpha \leq 0.05)$. ووجود تأثير ذي دلالة إحصائية للعوامل المؤثرة على تبني الخدمات البنكية الالكترونية (العوامل التكنولوجية والعوامل البيئية) في قرار تبني الشركات الصغيرة والمتوسطة الحجم الخدمات البنكية الالكترونية من حيث خفض التكاليف من وجهة نظر المديرين عند مستوى دلالة $(\alpha \leq 0.05)$. ووجود تأثير ذي دلالة إحصائية للعوامل

المؤثرة على تبني الخدمات البنكية الالكترونية (العوامل التكنولوجية والعوامل التنظيمية) في قرار تبني الشركات الصغيرة والمتوسطة الحجم الخدمات البنكية الالكترونية من حيث الأمن والخصوصية من وجهة نظر المديرين عند مستوى دلالة $(\alpha \leq 0.05)$.

وفي ضوء النتائج أوصت الدراسة بتطوير تقنيات المعلومات والاتصالات بما يكفل انسياب الخدمات المصرفية بكفاءة عالية من خلال تفعيل شبكة الانترنت كعامل مهم من عوامل نجاح البنوك والمؤسسات المالية في العصر الحديث.

الكلمات المفتاحية: الخدمات البنكية الالكترونية، العوامل التكنولوجية، العوامل التنظيمية،

العوامل البيئية، الشركات الصغيرة ومتوسطة الحجم.

ABSTRACT

Factors Affecting the Decision of Adoption E-Banking Services in Small and Medium- sized companies from Managers Perspectives

Prepared by

Mutaz Azzam Issa Jresat

Supervisor

Prof. Dr. Mohammad Abdulaal AL- Nuiami

The study aimed to identify the Factors Affecting the Decision of Adoption E-Banking Services in Small and Medium- sized companies from Managers Perspectives. The study population consisted of all Small and Medium- sized companies' managers totaling (1176). The study sample consisted of (118) managers chosen at randomly.

To achieve the study objectives the study used descriptive analytical method in addition used of multiple regression analysis to test the hypotheses of the study.

The study reached number of results: there is a significant effect of Factors Affecting the Decision of Adoption E-Banking Services (Technological Factors, Organizational Factors and Environmental Factors) in the decision to adopt small businesses and medium-sized e-banking services from managers perspective at level ($\alpha \leq 0.05$), there is a significant effect of Factors Affecting the Decision of Adoption E-Banking Services (Technological Factors and Environmental Factors) in the decision to adopt small businesses and medium-sized e-banking services in terms of lower costs from managers perspective at level ($\alpha \leq 0.05$) and

there is a significant effect of Factors Affecting the Decision of Adoption E-Banking Services (Technological Factors and Organizational Factors) in the decision to adopt small businesses and medium-sized e-banking services in terms of Security and Privacy from managers perspective at level ($\alpha \leq 0.05$).

In light of the findings the study recommended that development the communication and information techniques in order to ensure the flow of banking service with high efficiency through activation the internet as an important factor of succeeded factors to banks and financial institutions in the modern era.

Keywords: E-Banking services, Technological Factors, organizational Factors, Environmental Factors, small and medium Enterprise (SME).

الفصل الأول

خلفية الدراسة وأهميتها

(1 . 1) : المقدمة

(2 . 1) : مشكلة الدراسة

(3 . 1) : أهداف الدراسة

(4 . 1) : أهمية الدراسة

(5 . 1) : أسئلة الدراسة وفرضياتها

(6 . 1) : أنموذج الدراسة

(7 . 1) : حدود الدراسة

(8 . 1) : محددات الدراسة

(9 . 1) : مصطلحات الدراسة وتعريفاتها الإجرائية

الفصل الأول

خلفية الدراسة وأهميتها

(1.1): المقدمة

يعد الإتجاه نحو زيادة الإعتماد على التكنولوجيا المعاصرة من أهم سمات العصر الحديث، وتعاضم دور التجارة الالكترونية في مجال تسويق السلع والخدمات عبر شبكة الانترنت كأحد مظاهر العولمة. إذ لاقت رواجاً هائلاً وسريعاً وفي مختلف الدول نتيجة توفير الكثير من الوقت والجهد والتكاليف وأصبح بإمكان رجال الأعمال والتجار ومندوبي الشركات عرض منتجاتهم وخدماتهم والوصول الى أكبر عدد من الزبائن المحتملين بوقت قصير وبأقل تكلفة والتواصل معهم بشكل لحظي (حسين وآخرون، 2006، 38).

لذلك بدأت المنظمات ومنذ عهد قريب باستخدام الخدمات الالكترونية البنكية عبر شبكة الإنترنت، وبشكل متسارع والتي بواسطتها تمكنت المنظمات من تسويق وبيع منتجاتها والوصول للمستهلك أينما كان وبتكلفة أقل، لتمكن المستخدم من إتمام عملية الشراء باستخدام بطاقات الإعتماد والشراء على الحساب وفقاً لقيود وقوانين وروابط مصممة من قبل إدارة الشركة. وقد بين AL-Smadi (2012) بأنه إزداد تبني الخدمات البنكية الالكترونية في العديد من البلدان يوماً بعد يوم، إذ تعتبر الطريق الأمثل لتطوير النظام المصرفي، كما تعمل هذه الخدمات على توليد قيمة إضافية للبنوك والزبائن، مما يمكن الزبائن من تنفيذ المعاملات البنكية بدون الحاجة إلى الذهاب إلى البنك.

كما أكد Turban; King; McKay; Marshall; Lee & Viehland (2008) بأن الأعمال البنكية الالكترونية مكنت المؤسسات البنكية من المنافسة بفعالية أكبر ضمن النطاق العالمي من خلال توسيع منتجاتها وخدماتها دون اعتبار لقيود الزمان والمكان.

لذلك عملت تكنولوجيا المعلومات والاتصالات على تغيير طريقة تنفيذ المعاملات التجارية وتلبية طلبات الزبائن المتزايدة بالنسبة لمعظم الشركات، والذي ألقى بظلاله على كل الشركات في العالم، فالشركات الصغيرة والمتوسطة في الأردن والبنوك ليست بمنأى عن ذلك. إذ تأثرت البنوك بشكل كبير بالتطور السريع للتكنولوجيا وازداد الإقبال من المؤسسات المالية على تقديم خدمات مصرفية الكترونية، حيث بدأت البنوك بتقديم الخدمات البنكية الالكترونية لتحسين فعالية أدائها من خلال تخفيض تكاليف المعاملات وزيادة سرعة الخدمات وسهولة الوصول إليها، ورغم ذلك واجهت الشركات الصغيرة الحجم والمتوسطة العديد من المشاكل في تبني الخدمات الإلكترونية.

إذ شكلت العوامل التكنولوجية والتنظيمية والبيئية أهم العوامل المؤثرة على تبني الخدمات البنكية الإلكترونية في الشركات الصغيرة والمتوسطة، فالعوامل التكنولوجية تشمل أجهزه الحاسوب، والبرمجيات والشبكات، ونظم الضبط والرقابة التي تقوم بالتشغيل الإلكتروني للبيانات من أجل تزويد المستويات الإدارية المختلفة بالمعلومات. أما العوامل التنظيمية فيتم بموجبها ترتيب الجهود الجماعية لمجموعة من الأفراد وتنسيقها في سبيل تحقيق أهداف مخطط لها. أما العوامل البيئية فتتمثل في تهيئة البيئة القانونية والتشريعية وإيجاد إطار واضح وسليم للاعتراف بالخدمات البنكية (الخصبة، 2006).

وإستناداً لما سبق، فإن الدراسة الحالية تسعى إلى دراسة العوامل التي تؤثر على تبني الخدمات البنكية الالكترونية من قبل هذه الشركات في عمان.

(1 . 2): مشكلة الدراسة

من خلال إطلاع الباحث على مجموعة من الدراسات السابقة المتعلقة في تبني الخدمات البنكية الإلكترونية في المصارف الأردنية أكدت على وجود مجموعة من العوامل التي تؤثر على ذلك، حيث أشارت دراسة القدومي (2008) إلى انه هنالك معوقات تواجه البنوك الالكترونية متمثلة في ارتفاع خدمة الانترنت، ودراسة (2014) Shaikh التي أظهرت أن هناك مخاوف أمنية تعود الى القرصنة. ونتائج دراسة (2012) Gemechu التي بينت بأن هنالك حاجة ماسة الى تدريب الموظفين ودعم خبراتهم.

وأشارت العديد من الدراسات منها دراسة (2014) Khurshid ودراسة (2013) El-Qirem أن العوامل تنحصر في العوامل الثلاثة التالية (العوامل التكنولوجية، والعوامل التنظيمية، والعوامل البيئية) والتي تؤثر على تبني الخدمات البنكية.

ومن خلال زيارة الباحث للعديد من البنوك وللشركات المتوسطة وصغيرة الحجم، وخبرته العملية والتجارية كصاحب شركة متوسطة الحجم تبين أن هناك عدد من الثغرات المهمة في تطبيق الخدمات البنكية الإلكترونية التي تعزى لعدة عوامل منها عامل الأمن والمعرفة والمهارة والثقة. كما أن الإفتقار بالبحوث المنهجية على حد علم الباحث حول كيفية مضي الشركات الصغيرة والمتوسطة قدما في تبني العمل المصرفي الالكتروني، وكذلك عدم وضوح ماهية العوامل المتعلقة بتبني الخدمات المصرفية الالكترونية جاءت الدراسة الحالية للإجابة على السؤال الرئيس التالي:

"إلى أي مدى تؤثر العوامل (التكنولوجية، التنظيمية، البيئية) في تبني الخدمات البنكية الالكترونية من وجهة نظر مديري الشركات الصغيرة ومتوسطة الحجم في عمان؟".

(1. 3): أهداف الدراسة

تهدف الدراسة الحالية بشكل أساسي إلى تحديد العوامل المؤثرة في قرار تبني الشركات الصغيرة والمتوسطة الحجم الخدمات البنكية الالكترونية من وجهة نظر المديرين، وذلك من خلال تحقيق الأهداف التالية:

1. تحديد أثر العوامل التكنولوجية والتنظيمية والبيئية في قرار تبني الشركات الصغيرة والمتوسطة الحجم الخدمات البنكية الالكترونية من وجهة نظر المديرين.
2. بيان أثر العوامل التكنولوجية والتنظيمية والبيئية في قرار تبني الشركات الصغيرة والمتوسطة الحجم الخدمات البنكية الالكترونية من حيث خفض التكاليف.
3. التعرف على أثر العوامل التكنولوجية والتنظيمية والبيئية في قرار تبني الشركات الصغيرة والمتوسطة الحجم الخدمات البنكية الالكترونية من حيث توفير الأمن والخصوصية.
4. بناء أنموذج مقترح يوضح تأثير العوامل التكنولوجية والتنظيمية والبيئية في قرار تبني الشركات الصغيرة والمتوسطة الحجم الخدمات البنكية الالكترونية ببعديه (خفض التكاليف وتوفير الأمن والخصوصية).
5. تقديم توصيات تحت البنوك التجارية الأردنية في تسهيل تقديم الخدمات البنكية الالكترونية وزيادة دعم وتطوير الشركات الصغيرة ومتوسطة الحجم في الأردن.

(1. 4): أهمية الدراسة

تستمد الدراسة أهميتها من خلال أهمية المتغيرات التي تتعامل معها، وتتلخص هذه الأهمية من خلال:

1. الأهمية النظرية: إذ تسعى هذه الدراسة إلى تقديم توضيحا لمفهوم الخدمات البنكية الالكترونية وأهميتها، وتوضيح العوامل التي تؤثر في تبنيها. كما إن إعداد دراسة أكاديمية في هذا المجال من شأنه أن يضيف للمكتبات العربية رصيدا آخر يغني الأدب النظري.
2. الأهمية التطبيقية: تتمثل فيما ستسفر عنه نتائج الدراسة وتوصياتها والتي من المؤمل أن تفيد الشركات الصغيرة والمتوسطة الحجم والمعنية بالتعرف على ماهية العوامل (التكنولوجية، والتنظيمية، والبيئية) المؤثرة على تبني الخدمات الالكترونية ومحاولة تعزيز تطبيقها داخل هذه الشركات.

(1. 5): أسئلة الدراسة وفرضياتها

إستناداً إلى مشكلة الدراسة وسؤالها الرئيس والاهداف المحددة لها، تم صياغة الاسئلة التالية:

1. هل تؤثر العوامل التكنولوجية والتنظيمية والبيئية في قرار تبني الشركات الصغيرة والمتوسطة الحجم الخدمات البنكية الالكترونية من وجهة نظر المديرين.
2. هل تؤثر العوامل التكنولوجية والتنظيمية والبيئية في قرار تبني الشركات الصغيرة والمتوسطة الحجم الخدمات البنكية الالكترونية من حيث خفض التكاليف.

3. هل تؤثر العوامل التكنولوجية والتنظيمية والبيئية في قرار تبني الشركات الصغيرة والمتوسطة الحجم الخدمات البنكية الالكترونية من حيث توفير الأمن والخصوصية.

وعليه، وإعتماداً على أسئلة الدراسة وأنموذجها تم صياغة الفرضيات التالية، التي سيجرى اختبارها، واستخلاص النتائج والتوصيات من خلالها، وذلك على النحو التالي:

الفرضية الرئيسة الأولى

HO₁: "لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للعوامل التكنولوجية والتنظيمية والبيئية في قرار تبني الشركات الصغيرة والمتوسطة الحجم الخدمات البنكية الالكترونية من وجهة نظر المديرين عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$)".

الفرضية الرئيسة الثانية

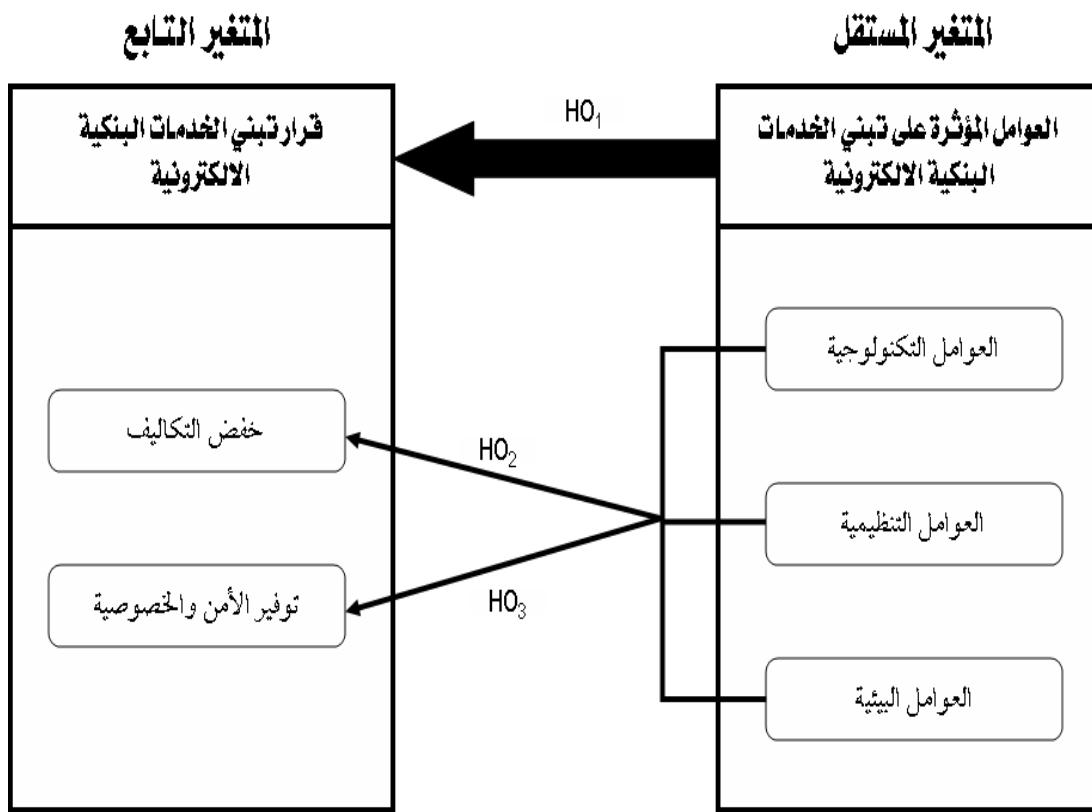
HO₂: "لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للعوامل التكنولوجية والتنظيمية والبيئية في قرار تبني الشركات الصغيرة والمتوسطة الحجم الخدمات البنكية الالكترونية من حيث تدنى التكاليف عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$)".

الفرضية الرئيسة الثالثة

HO₃: "لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للعوامل التكنولوجية والتنظيمية والبيئية في قرار تبني الشركات الصغيرة والمتوسطة الحجم الخدمات البنكية الالكترونية من حيث توفير الأمن والخصوصية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$)".

(1 . 6): أنموذج الدراسة

يوضح الشكل (1 - 1) أنموذج الدراسة والذي يبين وجود متغيرين أحدهما مستقل والمتمثل بالعوامل التكنولوجية والتنظيمية والبيئية والآخر تابع وهو قرار تبني الشركات الصغيرة والمتوسطة الحجم الخدمات البنكية الالكترونية من حيث خفض التكاليف وتوفير الأمن والخصوصية.



شكل (1 - 1)

أنموذج الدراسة

إعداد الباحث بالإستناد إلى Khurshid (2014) لقياس العوامل التي تؤثر على تبني الخدمات البنكية الإلكترونية وبالاستناد إلى Jane; Kolodinsky & Hogarth (2004) لقياس قرار تبني الخدمات البنكية الإلكترونية.

(1 . 7): حدود الدراسة

تتمثل حدود الدراسة بما يلي:

الحدود المكانية: تمثلت الحدود المكانية لهذه الدراسة الشركات صغيرة ومتوسطة الحجم في عمان.

الحدود البشرية: إن الحدود البشرية لهذه الدراسة تتمثل من كافة مديري الشركات صغيرة ومتوسطة الحجم في عمان.

الحدود الزمانية: المدة الزمنية المستغرقة لإنجاز الدراسة، والتي تراوحت خلال الفصل الدراسي الأول 2014 – 2015 إلى الفصل الدراسي الأول 2015 – 2016.

(1 . 8): محددات الدراسة

1. موضوعية أفراد عينة الدراسة ومدى تعاونهم في استجاباتهم ل فقرات الاستبانة.
2. عدم تعميم نتائج الدراسة على الصناعات الأخرى وذلك ينصح بإجراء دراسات مشابهة على هذه الصناعات، ويمكن تعميم نتائج هذه الدراسة على البنوك والشركات الصغيرة ومتوسطة الحجم كونها تتشابه مع البيئة الاجتماعية والثقافية الأردنية ولكن بحذر.

(1 . 9): مصطلحات الدراسة وتعريفاتها الإجرائية

العوامل التكنولوجية: عوامل تقبل العملاء لاستخدام التكنولوجيا المعاصرة للحصول على الخدمات المصرفية التي يحتاجونها، والتي تساهم في توفير الجهد والوقت لحصول العملاء على الخدمات المصرفية، بالإضافة الى أن استخدام العملاء التكنولوجيا يعزز من أداء البنوك وخدماتها وتنافسيتها في السوق المالي (Omar, 2011).

وتعرف إجرائياً بأنها التقنيات الحديثة التي تستخدمها الشركات الصغيرة ومتوسطة الحجم والتي توفر الوقت والجهد.

العوامل التنظيمية: وهي الاجراءات التي تتخذها المنظمات والمؤسسات لضمان سير العمل المؤسسي بالطريق الصحيح، وذلك من خلال رسم استراتيجيات ونماذج تتماشى مع مصالح الخدمات المصرفية الالكترونية المقدمة للعملاء (Olatokun & Owoeye, 2012).

وتعرف إجرائياً بأنها الإجراءات والقرارات التي تتخذها الشركات الصغيرة والمتوسطة الحجم لوضع الاستراتيجيات تحقيقاً للأهداف المخطط لها.

العوامل البيئية: وهي العوامل التي توفر الاطار المناسب لتقديم الخدمات المصرفية الالكترونية، والتي تتمثل في البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات، كفاءة العملاء بالتعامل مع التحديثات المصرفية التكنولوجية، بالإضافة إلى الدعم المؤسسي والحكومي لخدمات المصارف البنكية، وتوافر الشروط الملائمة التي تسهل تقديم الخدمات المصرفية الالكترونية للعملاء (Raman, 2007).

وتعرف إجرائياً بأنها العوامل المتعلقة بالمحيط الداخلي والخارجي للشركات الصغيرة والمتوسطة والتي تسهم في تحقيق الميزة التنافسية لها.

التبني: العملية الذهنية التي يمر بها الفرد منذ سماعه عن المنتج حتى التبني النهائي له (Kotler & Keller, 2012).

الخدمات البنكية الالكترونية: وهي الخدمات التي تقوم على توصيل الخدمات المصرفية التقليدية بطريقة جديدة للعملاء وبشكل أسهل بأقل وقت وجهد ممكن، وذلك من خلال قنوات تواصلية إلكترونية تتفاعل مع العملاء بشكل مباشر، حيث وتشمل هذه الخدمات الأنظمة التي يحتاجها

العملاء في المؤسسات المالية والشركات والتي تمكنهم من الوصول لحساباتهم المصرفية والحصول على المعلومات والخدمات المطلوبة (Gbadeyan & Gbonda, 2011).

وتعرف إجرائيا بأنها الخدمات المصرفية التي تقدمها البنوك التجارية عينة الدراسة للشركات الصغيرة ومتوسطة الحجم.

الشركات الصغيرة: هي الشركات التي يقل إجمالي موجوداتها أو مبيعاتها السنوية عن (1 مليون دينار)، وعدد العاملين فيها بين (5-20 عامل) (البنك المركزي الأردني، 2011).

الشركات المتوسطة: هي الشركات التي تتراوح موجوداتها أو مبيعاتها السنوية بين (1-3 مليون دينار)، وعدد العاملين فيها بين (21-100 عامل) (البنك المركزي الأردني، 2011).

الفصل الثاني

الأدب النظري والدراسات السابقة

(2 . 1): المقدمة

(2 . 2): الخدمات البنكية الالكترونية

(2 . 3): العوامل المؤثرة على الخدمات البنكية الالكترونية

(2 . 4): العوامل المحددة لتبنى الأفراد للخدمات البنكية الإلكترونية

(2 . 5): الدراسات السابقة العربية والاجنبية

(2 . 6): ما يميز الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة

(2 - 1): المقدمة

تقتضي الطبيعة الديناميكية للأسواق أن تكون ادارة المصارف مدركة لطبيعة حاجات ورغبات العملاء، ونظرا لكون الرغبات متنامية ومتجددة ومتطورة، يتطلب ذلك اعتناق فلسفة الابتكار من قبل الادارة المصرفية أسوة بالمنظمات الأخرى لأثرها الكبير في تحسين الجودة النوعية للخدمات المصرفية والذي يعتبر من مرتكزات المفهوم الحديث للتسويق المصرفي، لذلك قامت المصارف بتبني وتوفير الخدمات البنكية الالكترونية التي تحقق رضا الزبون في ما يتعلق بسهولة وسرعة ودقة الحصول على الخدمة (التميمي، 2007).

إن دخول العديد من المصارف الأجنبية الى الأسواق المحلية مدعومة برأس المال كبير وخبرات وخدمات مصرفية حديثة جعل المصارف الأخرى في مواجهة غير مسبوقة مع هذه المصارف، حيث عملت المصارف على تطوير خدماتها المصرفية الالكترونية لزيادة قدرتها التنافسية شأنها شأن القطاعات الأخرى بما يسهم في تحسين نوعية العلاقة مع العملاء، وتحقيق رضاهم من خلال تحديث الخدمات وتقديمها بأساليب غير تقليدية وفقا لأحدث أنواع التكنولوجيا المتاحة، وذلك لتقوية العلاقة مع الزبائن الحاليين وتعزيز ثقتهم بالمصارف والعمل على جذب عملاء جد. وتعرف الخدمة المصرفية الالكترونية على أنها كافة العمليات أو النشاطات التي يتم عقدها أو تنفيذها أو الترويج لها من قبل المصارف والمؤسسات المالية بواسطة الوسائل الالكترونية أو الضوئية مثل: هاتف، والحاسب، والصراف الآلي، والانترنت، والتلفزيون الرقمي وغيرها. وإلى جانب العمليات التي يقوم بها مصدرو البطاقات الالكترونية، وكافة المؤسسات التي تتعامل بالتحويلات النقدية إلكترونيا، ومن هذه الخدمات المصرفية

الصراف الالي، الصيرفة عبر الهاتف، الصيرفة عبر الانترنت، واستخدام نقاط البيع الالكترونية، الصيرفة عبر الهاتف الجوال، وخدمة الرسائل وغيرها(الردايدة، 2011).

(2- 2): الخدمات البنكية الالكترونية

مصطلح المصارف الإلكترونية أو بنوك الإنترنت يعتبر مفهوم متطور وشامل للخدمات المصرفية عن بعد أو البنك المنزلي أو البنك على الخط بمعنى (الخدمة المالية في كل وقت ومن أي مكان). لكن ليس كل موقع لبنك على شبكة الإنترنت يعني بنكا إلكترونياً (بريكة، 2006). فهناك عدة أشكال للبنوك الإلكترونية (الغندور، 2003)، فهناك الموقع المعلوماتي والذي يقدم البنك من خلاله معلومات حول برامجه ومنتجاته وخدماته المصرفية، وهناك الموقع التفاعلي أو الاتصالي الذي يقوم العميل من خلاله بتعبئة طلبات أو نماذج أو تعديل القيود والحسابات على الخط، وأخيراً الموقع التبادلي الذي يمارس من خلاله البنك خدماته وأنشطته إلكترونياً، وهذا المستوى يسمح للعميل بالوصول إلى حساباته وإدارتها وإجراء الدفعات النقدية والوفاء بالفواتير والاستعلام وإجراء الحوالات محلياً وخارجياً (Yakhlef, 2001).

عُرفت البنوك الالكترونية بأنها العمل المصرفي الذي يكون فيه الانترنت وسيلة الإتصال بين المبنك والعميل وبمساعدة نظم اخرى يصبح عميل البنك قادراً على الإستفادة من الخدمات والحصول على المنتجات المصرفية المختلفة التي يقدمها البنك (فاحوش، 2001). وعرفها الغندور (2003) بأنها تلك البنوك أو المؤسسات المالية التي تقوم على الركائز الإلكترونية وتوظيف كافة التطورات الحديثة في مجال تكنولوجيا الاتصال والمعلومات لتقديم الخدمات المصرفية بأمان مطلق.

كما عرفت البنوك الالكترونية بأنها البنوك التي تضم كل العمليات أو الأنشطة التي يتم عقدها أو تنفيذها أو الترويج لها بواسطة الوسائل الالكترونية (سفر، 2006).

لهذا فإن البنوك الالكترونية بمعناها الحديث ليست مجرد فرع لبنك قائم يقدم خدمات مالية وحسب، بل موقعا ماليا تجاريا اداريا استشاريا شاملا، له وجود مستقل على الخط، فاذا عجز البنك نفسه عن اداء خدمة ما من بين هذه الاطر كان الحل اللجوء الى المواقع المرتبطة التي يتم عادة التعاقد معها للقيام بخدمات عبر نفس موقع البنك (Siam, 2006).

ان البنوك الالكترونية يشير الى النظام الذي يتيح للزبون الوصول الى حساباته او اية معلومات يريدتها والحصول على مختلف الخدمات والمنتجات المصرفية من خلال شبكة معلومات يرتبط بها جهاز الحاسوب الخاص به او اية وسيلة اخرى (Abbad, 2011).

ان احد اهم تحديات المنافسة في ميدان البنوك الالكترونية ان المؤسسات المالية تقدم على الشبكة خدمات كانت حكرا على البنوك بمعناها التقليدي او بمعناها المقرر في تشريعات تنظيم العمل المصرفي، وليس غريبا ان نجد مؤسسات تجارية او مؤسسات تسويقية تمارس اعمالا مصرفية بحتة نتجت عن قدراتها المتميزة على ادارة موقع مالي على الشبكة، واصبحت بنكا حقيقيا بالمعنى المعروف بعد ان كانت تعتمد - عبر خطوط مرتبطة بها - عابنوك القائمة، فبعض مواقع التسوق الالكتروني، كمتاجر بيع الكتب، اعتمدت على بنوك تجارية قبلت انفاذ عمليات الدفع النقدي وتحويل الحسابات، ووجدت هذه الشركات نفسها بعد حين تمتلك وسائل الدفع النقدي التقنية وتستطيع انشاء قواعد حسابات بنكية خاصة بعملائها، وتمنحهم ضمن سياساتها التسويقية تسهيلات في الوفاء بالتزاماتهم نحوها، ومن حيث لم تكن تريد امست مؤسسات تمارس اعمالا مصرفية، فتح الحساب، ومنح الاعتماد، وادارة الدفع النقدي، ونقل الاموال، واصدار بطاقات الائتمان والوفاء الخاصة بزيائنها، وغيرها. وهذا - من جهة اخرى -

خلق امام المؤسسات التشريعية القائمة تحديا كبيرا حول مدى السماح للمؤسسات غير المصرفية القيام باعمال مصرفية، وما اذا كانت قواعد الرقابة واجراءاتها المناطة عادة بمؤسسات الرقابة المصرفية كالبنوك المركزية ونحوها، تنطبق على هذه المؤسسات، الى جانب تحدي الزام هذه المؤسسات بمراعاة المعايير والقواعد المقررة من جهات الاشراف المصرفي (Al-Smadi, 2012).

إن للبنوك الإلكترونية فرصة لتحقيق معدلات افضل للمنافسة والبقاء في وقت ومكان لتقديم الحلول المبنية على المعلومة الصحيحة. كما تعتبر مؤسسة للمشورة وفتح آفاق العمل والمكان للخدمة السريعة وبأقل التكاليف، ومكان للإدارة المتميزة لإحتياجات الزبون مهما اختلفت، وعليه فإن اللجوء إلى البنوك الإلكترونية هو لجوء لأحد وسائل المنافسة، ودرءا لمخاطر المنافسة المضادة، وهو أيضا لجوء إلى تقديم خدمات شاملة في وقت قصير وبتكاليف أقل (Elissar, 2009).

ويؤكد Wai- Ching (2007) أن لجوء الكثيرين لأتمتة العمل المصرفي، وإنشاء البنوك الالكترونية بهدف:

1. تحقيق نسبة من الربحية المناسبة للمساهمين.
 2. تنمية الشعور لدى العملاء بإنتمائهم للبنك والمحافظة على الولاء لضمان الربحية التي يجنيها البنك من نشاطه.
 3. تحقيق استراتيجية التتويج للمواد المتاحة، بما يتيح تقديم خدمات متميزة في مواقع عدة.
 4. الوصول إلى مرونة التكلفة والتسعير للخدمات المصرفية.
- حدد العجارمة (2005) بأن هناك العديد من العوامل المؤثرة في العمل المصرفي

الالكتروني، أهمها ما يلي:

1. التغير في سلوك العملاء، فأكثر الظواهر الخاصة بالتغيير في سلوك العملاء تلك التي تتطلب إكتساب المعرفة في كيفية استخدام الآلة والتعامل مع الأجهزة الحديثة والبطاقات المصرفية عند طلب مقدار معين من النقود وإيداعها أو تحويلها، مما يعني ضرورة التوجه نحو العملاء وتعليمهم كيفية استخدام هذه التقنيات والتعامل مع آلياتها.

2. المنافسة، وهي سمة ظاهرة في القطاع المصرفي نتيجة لمرونة التعامل فيه والسرعة في التغيير والتتويج وإتخاذ المواقف أمام أية ظواهر تصدر من المصارف الأخرى. وقد أظهرت الدراسات بأن عامل المنافسة يعتبر من أقوى العوامل التي تدفع المصارف لإستخدام الانترنت كوسيلة اتصال تقدم من خلالها الخدمات والمنتجات المصرفية لعملائها وتحافظ عليهم وتستقطب عملاء جدد.

3. الإبداع التكنولوجي، وهذه الناحية لها تأثير واضح في سوق الخدمات المصرفية، فإستخدام التكنولوجيا يساهم في توسيع الموارد وقدرة المصارف على المنافسة في هذه الصناعة المقبلة والمتفجرة للمنتجات الجديدة.

4. علاقة الزبون والجودة، فالمهمة الرئيسية للتسويق تمكن في جذب الزبون واستمرارية تعزيز العلاقة معه وتحصيل الرضا الكلي له عن الخدمات المصرفية، فالزبون يضع جانب جودة الخدمة في مقدمة الامور المطلوبة، فالإبداع والسحب والتحويل كلها ترتبط بعنصر الجودة من حيث السرعة والدقة والكفاءة في العمل والانترنت يوفر له ذلك.

5. تعميق الولاء، إذ تحرص البنوك دائماً على توطيد وتعميق العلاقة بينها وبين العملاء لتوليد نوع من الولاء للمصرف، وبما أن الإنترنت يعمل على زيادة فرص إتصال العميل بمصرفه والحصول على خدماته ومنتجاته ضمن دائرة مكان وزمان اوسع، فإن ذلك يعمل على توطيد العلاقة بينهما وتوليد نوع جديد من الولاء.

وبين سفر (2006) بأن البنية التحتية اللازمة لتفعيل البنوك الإلكترونية تتطلب ما يلي:

□ وجود شبكة واسعة تضم كل الجهات ذات الصلة وترتبط بالشبكة العالمية "انترنت" وفقاً لأسس معيارية مؤمنة، وتجدر الإشارة هنا إلى ضرورة وجود جهة تنسق في ما بين البنوك وتتولى تحديد وتركيز المهام التي تصبح جزءاً لا يتجزأ من الشبكة وإدارتها، وهي مهام تختلف عن مهام مشغلي شبكات الاتصالات العامة (شبكة سوفيت).

□ وضع خطة متدرجة للبدء في إدخال خدمات بنكية إلكترونية وفقاً لأولويات تحددها خطة استراتيجية على مستوى البنك المركزي وعلى مستوى البلاد ككل.

□ البدء في تنفيذ الخطة يستلزم تبني مشاريع استكشافية يمكن التحول في نتائجها، حيث يتم تفاعل أطراف المجتمع ككل، وأن تصاحب هذه المشاريع خطة تدريبية تغطي الجوانب التي يحتاج إليها الكادر البشري. وتهدف هذه المشاريع تقويم الإجراءات ووضع الأنظمة التي تحكم تقديم خدمات بنكية إلكترونية على نطاق واسع، كما أنها تقرب المفاهيم عملياً للأطراف المشتركة في تقديم الخدمات والاستفادة منها.

□ البدء في وضع النظم القياسية (المعيارية) التي تتيح الربط وتبادل البيانات بين الجهات المشتركة.

□ تطوير التطبيقات المصرفية في المصارف وتوحيده للاستفادة من الخبرات المتراكمة بين المصرفيين والفنيين في المصارف، ويتم هذا التوحيد على مستويات مختلفة ووفقاً لخطة قادرة على تبني طرق قياسية للتطوير، والمشاركة في توحيد التدريب وأهدافه.

□ إنشاء الهيكل الإداري الذي يتولى التنسيق بين الأطراف المعنية على كل مستوى: مستوى المصرف الواحد، مستوى البنك المركزي، مستوى البلاد، على المستوى الإقليمي الذي يتيح الربط والتعاون مع البلاد ذات المصالح والأهداف المشتركة.

لقد أدى التطور التكنولوجي في المعلومات والاتصالات الى تسهيل الخدمات وطرق وأساليب تسويقها وجذب العملاء للتعامل فيها، حيث أصبحت وسائل الاتصال الحديثة مثل الفاكس وأجهزة الهاتف اللاسلكي وأجهزة الهواتف الذكية والطابعات الليزرية والملونة وغيرها أساسا للتسويق المصرفي وخدماته الالكترونية حيث تتميز هذه الخدمات بما يلي (Ndlovu & Sigola, 2013):

□ انخفاض التكاليف: أدى اداء البنوك لأعمالها ونشاطاتها التسويقية من خلال شبكة الانترنت الى تخفيض التكاليف وذلك يعود الى عدم الحاجة الى وجود بنية تحتية، بالاضافة الى الحد من العوائق اللوجستية التي ساوت بين البنوك الكبيرة والصغيرة وتوفير الفرصة لكليهما باستخدام شبكة الانترنت والوسائل التكنولوجية الأخرى.

□ سرعة الخدمة وجودتها: تمتاز البنوك التي تقدم خدماتها للعملاء عبر شبكة الانترنت والوسائل التكنولوجية الأخرى عن غيرها بأنها تقدم الخدمات بأقل وقت ممكن وأقل جهد بدني مبذول الذي بالتالي يحقق جودة خدمات عالية للعملاء.

□ مساعدة العملاء في اتخاذ القرارات والإطلاع على البيانات واسترجاعها.

□ زيادة الكفاءة والفاعلية من خلال سرعة الرد وتلبية طلبات واحتياجات العملاء من خلال المواقع الالكترونية الخاصة بالبنوك.

□ تتيح الخدمات الالكترونية للبنوك لعملائها بتبادل المعلومات مع البنك وتصحيحها، واجراء عمليات التسوق الإلكتروني.

وبين (Zeithaml; Bitner and Gremler (2006 بوجود العديد أبعاد جودة الخدمات

المصرفية الإلكترونية، أبرزها:

□ الكفاءة، وتتمثل بالقدرة على الدخول بسهولة الى الموقع وسهولة الاستخدام وطلب الخدمة والحصول على المعلومات المرتبطة بالخدمة المطلوبة.

□ الاعتمادية، وهي القدرة على تقديم الخدمة الموعد بها بدقة وثقة.

□ السرية، وتتمثل بالمحافظة على معلومات العملاء في خدمات المصارف.

□ الاستجابة، وهي القدرة على الاجابة عن الأسئلة التي يطرحها العميل عن الخدمات والتسليم الفوري للعميل.

□ الاتصال، وتتمثل بابقاء الزبائن على اتصال بلغة يستطيعون فهمها والاصغاء لهم وتوفير نظام اتصال تفاعلي تبادلي بين الطرفين.

□ جودة العلاقة، وهي ضمان المحافظة على علاقة تبادلية ناجحة بين العميل والمنظمة.

كما بين (2007) Durkin; O'Donnell; Mullholland and Crowed أن الخدمات

البنكية الالكترونية تتعدد، وذلك حسب الوسيلة المستخدمة، حيث ان من أهمها:

1. الخدمات الصيرفية الإلكترونية من خلال الصرافات الآلية ATM، إذ تعتبر الصرافات الآلية أول آلية لأتمتة العمل المصرفي حيث تعتمد على وجود شبكة من الإتصالات تربط فرع البنك الواحد أو فروع كل البنوك في حالة قيامها بخدمة أي عمل من أي بنك، وقد تطور عمل الصرافات الآلية من قيامها بالوصول إلى بيانات حسابات العملاء فوراً إلى تقديم خدمات متقدمة في صرف المبالغ النقدية، فأصبحت تقوم بدفع الفواتير للمؤسسات الخدمية وتسديد الرسوم الحكومية ويظهر البطاقات الذكية أصبح العميل بإمكانه شحن تلك البطاقات واستخدامها في دفع التزاماته في نقاط دفع متعددة.

2. خدمات الصيرفة الإلكترونية عبر الهاتف، إذ تعتمد هذه الخدمة كذلك على وجود شبكة تربط فروع البنك الواحد ككل وتمكن الموظف من الوصول لبيانات العميل مباشرة من أي فروع

البنك، ويقوم العميل بالاتصال برقم موحد للحصول على خدمة محددة من مصرفه، يتكفل الموظف بعد ذلك بالرد على العميل من الوصول إلى بيانات حول العميل ويبدأ بتوجيه أسئلة محددة للتأكد من هويته، كالسؤال عن آخر معاملة قام بها، أو حجم المبلغ الذي قام بإيداعه....إلخ. ولقد وصلت آخر التطورات الآن إلى استخدام مراكز للاتصال في الإجابة على رسائل البريد الإلكتروني والذي أصبح أداة فعالة في التخاطب بين المصرف والعميل، وأصبح الإتجاه اليوم نحو الدمج وتكوين المؤسسات الكبيرة عن طريق لجوء بعض المصارف إلى المشاركة في مراكز الخدمات الهاتفية المصرفية مما أدى إلى تقليل التكلفة الكلية وتوحيد الجهد.

3. الصيرفة عبر شبكة الأنترنت، ينتمي هذا النوع من الخدمات الى مجموع الخدمات التي يطلق عليها الخدمات المصرفية من المنزل، الخدمات المصرفية عن بعد، الخدمات المصرفية الفورية، الخدمات المصرفية الذاتية وأسماء أخرى متعددة. لقد بدأت المصارف تدرجيا في تبني تقديم خدمات مصرفية عبر الأنترنت نظرا لقلّة تكاليفها، وقد ساعد هذا التدرج في تقبل العملاء لهذه الخدمة والتأقلم معها والتدريب عليها، وكان الهدف من إستعمال الأنترنت في المصارف هو اقامة مصرف كامل يقدم خدماته للعملاء وهو ما يطلق عليه المصرف الصوري أو الإعتباري.

4. الصيرفة عبر الهاتف الجوال، إن الإتجاه العام في العالم اليوم هو انتشار استخدام الهاتف الجوال، حيث من المنتظر أن يصل عدد خطوط الهاتف الجوال المستخدم في نقل البيانات 1.2 بليون جهاز بينما سيصل عدد مشتركى الأنترنت عبر الشبكة الثابتة إلى 750 مليون لنفس الفترة. ويتيح هذا الإتجاه تطوير إستخدامات الهاتف الجوال لأغراض متعددة كإستخدامه

للدخول للشبكة العالمية وإستخدامه في التطبيقات المتعلقة هبا كقراء البريد الإلكتروني وتصفح المنتجات المعروضة والترويج لها، ومن ثم يمكن إستخدامه في تقديم خدمات الصيرفة.

5. الصيرفة عبر التلفزيون، يعتبر التلفزيون من الوسائل الناجحة في الإعلام الجماهيري ولذلك ثم تطوير نظام التلفزيون ليتيح المراسلة بين المشترك و مقدمي خدمة الإرسال وهو ما اصطلح عليه بالتلفزيون التخابري بدأ التلفزيون التخابري في الإنتشار في الدول المتقدمة. وبدأت العديد من الشركات في التحول لتقديم خدماتها بالمشاركة مع المؤسسات مالية نظرا للسعة التي يتيحها التلفزيون لنقل المعلومة عبر الصور والتي تقوم تلك المنقولة عبر تراسل البيانات تقليديا ستة أضعاف وكمثال على ذلك قام البنك البريطاني بإستخدام التقنيات في الصيرفة عبر التلفزيون باستثماره لمبلغ 100 مليون دولار في شبكة أوين التلفزيونية.

(2 - 3): العوامل المؤثرة على الخدمات البنكية الالكترونية

عرف (Schiffman; Leon & Leslie (2007) التبنّي على أنه المرحلة الخامسة من مراحل التبنّي بعد الإدراك والاهتمام والتقييم والتجربة، وبأنه قرار المستهلك باستخدام المنتج السلعي أو الخدمي، بشكل عملي ومنتظم، وليس بشكل محدود أو جزئي، كما كان في المراحل السابقة، وأنه يأتي كنتيجة لتجربة المنتج، فإذا كانت النتائج إيجابية ومرضية للمستهلك فإنه يتبنى المنتج، وإذا كانت النتائج سلبية، فإن قراره سيكون بالطبع رفض المنتج وعدم تبنيه. كما عرفه عبيدات (2006) بأنه قرار المستهلك باستخدام أو استهلاك المنتج الجديد على أسس دورية أو مبرمجة، وقد يستغنى عن أي بدائل أخرى متاحة. أما (Kotler & Keller (2012 فقد أوضحا بأن التبنّي قرار الفرد بأن يصبح مستخدماً للمنتج بشكل منتظم ودوري. فعملية التبنّي هي عملية متممة ومكملة لعملية نشر الابتكارات، وهي عملية ذهنية يمر بها المستهلك

خلال مجموعة من الخطوات والمراحل منذ سماعه، أو معرفته بالمنتج الجديد، وصولاً إلى قرار استخدام هذا المنتج بشكل دوري ومنتظم أو عدم استخدامه (Schiffman, 2007).

ويحدد العلوان والضمور (2008) بأن هناك خمس خطوات يقوم بها الفرد أثناء تبنيه لخدمة، هي:

1. الإدراك، يجب أن تدخل الخدمة الجديدة في حيز إدراك المستهلك المستهدف، ويجب أن يعلم كفاية عن هذه الخدمة كي يستدل بأنها تتوافق مع حاجاته ورغباته ونمط حياته، ويحتاج السوق في هذه المرحلة إلى تكثيف عملية الاتصال والترويج من أجل جذب انتباه العملاء، إما بالاعتماد على وسائل الإعلانات التجارية أو بالاتصال الشخصي أو كليهما.

2. الإهتمام، حيث يبدأ المستهلكون المستهدفون بتطوير نوع من الإهتمام بالخدمة موضوع المنبه من خلال البحث عن الفوائد التي يمكن أن تعطيها الخدمة الجديدة، وهذه تحتاج من السوق إلى أن يقدم كافة المعلومات المتوقع أن يحتاج إليها العميل والتي تبرز منافع وفوائد الخدمة، وكيفية الحصول عليها من المنظمة وما يميزها عن غيرها.

3. التقييم، يقوم المستهلكون بالاعتماد على المعلومات التي تم تجميعها لديهم بتحليل إيجابيات وسلبيات المنبه الخدمي. وقد تكون نتيجة التحليل مرضية، الأمر الذي قد يدفعهم لتجربة الخدمة الجديدة، أو نتيجة غير مرضية مما يؤدي إلى رفض الخدمة الجديدة. وهنا يحتاج السوق إلى تقديم كافة المعلومات والأدلة والبراهين لمساعدة العميل المتوقع عند تقييمه للبدائل المتاحة والمتنافسة وإلى الاعتماد على الاتصال الشخصي المباشر، أو دعوة العملاء لزيارة المنظمة للتعرف على خدماتها، وكيفية إنتاجها عن كثب إذا كان ذلك ممكناً.

4. التجربة، يلجأ المستهلكون إلى تجربة الخدمة الجديدة إذا كان بالإمكان تجزئة الطلب على الخدمة أو تجربتها على نطاق ضيق كسحب مبلغ نقدي صغير أو إيداعه في الصراف الآلي.

وإذا كانت تجربة الشراء مرضية، فقد يشتري الخدمة على نطاق أوسع، إلا أنه في حالات أخرى لعدم إمكانية تجزئة الخدمة أو تقديم عينة معينة منها يحتاج المسوق إلى مداخل أخرى لإقناع العميل كأن يلجأ إلى تقديم الضمانات أو الاستشهاد بالآخرين.

5. التبني، يعتمد تبني الخدمة الجديدة أو عدم تبنيها على نتائج التقييم، فإذا كانت النتائج مرضية فإن العميل سيكرر التعامل بالحصول على الخدمة، والعكس صحيح. لذلك يحتاج المسوق إلى تعزيز اتخاذ القرار الشرائي لدى العميل ما بعد عملية الشراء، وذلك من خلال اتباع وسائل استراتيجية مختلفة تتفق مع توجهات العميل.

لقد قامت الدراسات السابقة بدراسة العوامل المؤثرة على تبني الخدمات البنكية الإلكترونية، حيث قام (Bultum (2014 بالاعتماد الثقة في التعامل مع البنوك، واطر العمل القانوني والتنظيمي، وتوظيف تكنولوجيا المعلومات والاتصالات. في حين اعتمد (Takele & Sira (2013 على توجهات العملاء المختلفة، وتصورات العملاء حول المصارف الإلكترونية، وتفكير العملاء بالفوائد والخدمات التي تقدمها المصارف الإلكترونية ومدى سهولة التعامل معها. ولأغراض الدراسة الحالية فقد تم الاعتماد على ما حدده (Khurshid (2014 لتحديد العوامل التي تؤثر على تبني الخدمات البنكية الإلكترونية، وكما يلي:

(2-3-1): العوامل التكنولوجية

خلال العقود القليلة السابقة شهدت الصناعة المصرفية تغيرات كثيرة، لكن في الوقت الحالي، وبسبب التطور التكنولوجي وانتشار الانترنت فإن التغيرات كانت جوهرية وأكثر أهمية من التغيرات السابقة، حيث أن الانترنت ليس أداة تسويقية فقط بل أداة اعلانية، وليست أداة لتسريع التعاملات بل يعتبر الانترنت الأساس لشكل جديد من الصناعة المصرفية. ان التطور

السريع في وسائل الاتصال دفع الكثير من الشركات الخدمة بما فيها المؤسسات المالية للبحث عن وسائل جديدة لايصال الخدمة لعملائهم، فالتكنولوجيا تعمل على تخفيض التكاليف وتحسين العلاقة بين المستخدم ومزود الخدمة وتطوير قدرات المستخدم على استخدام الخدمات المختلفة، حيث بدأ استخدام البطاقة الالكترونية في أميركا من قبل شركات البترول من خلال اصدار بطاقات معدنية لعملائها لشراء منتجات الشركة. وفي وقتنا الحالي تعتبر بطاقات الصراف الالي من أكثر الخدمات المصرفية الالكترونية استخداما من قبل عملاء المصارف (القدومي، 2008).

ويحدد Rizk (2014) تسهل العوامل التكنولوجية الخدمات المصرفية الإلكترونية للعملاء من خلال اجراء العديد من الخدمات المالية من دون الحاجة الى زيارة الفروع المصرفية، حيث يمكن الوصول إليها من خلال الأجهزة الحديثة المتمثلة بأجهزة الحاسوب وأجهزة الهواتف النقالة الذكية وغيرها، وقد تم اعتماد التكنولوجيا الحديثة في تقديم الخدمات المصرفية الإلكترونية في جميع المصارف العالمية، وهناك امكانية لزيادة نمو استخدام التكنولوجيا الحديثة في الخدمات المصرفية.

مما سبق يرى الباحث بأن العوامل التكنولوجية من أهم العوامل المؤثرة في تبني الخدمات البنكية الإلكترونية لأهميتها وفعاليتها في تسريع الخدمات وتخزين البيانات والتي جعلت البنوك مكتملة لبعضها البعض.

(2 - 3 - 2): العوامل البيئية

يكن تأثير العوامل البيئية على الخدمات المصرفية الالكترونية في أنها تعد ركيزة أساسية لجودة الخدمات حيث أن عدم توفر بيئة مناسبة وبنية تحتية مجهزة يحول دون سير عمليات

الخدمات الالكترونية بسهولة وسلاسة. وتشمل العوامل البيئية البيئية الخارجية المحيطة ومدى تعاملها مع التطورات وتقبلها لإجراء التحديثات وتقبلها للاعتماد التنظيمي والبيئة الداخلية التي تعتمد على جاهزية موظفي المصارف للتعامل مع أحدث التكنولوجيا في تقديم الخدمات والضغوطات التنافسية الذي ممكن أن يحدث حالة من عدم الاستقرار البيئي، كما يعد الدعم الخارجي واعتماد الابتكار من أهم العوامل البيئية الداخلية التي تؤثر ايجابيا على توفير بيئة ملائمة لتقديم الخدمات المصرفية الالكترونية. كما وتشمل العوامل البيئية خصائص السوق والعملاء والعوامل الديموغرافية التي من شأنها أن تشجع أو تمنع تبني الخدمات المصرفية الالكترونية من قبل البنوك والمؤسسات المالية. بالإضافة الى عامل انتشار الثقافة التكنولوجية واستخدام وسائل وأجهزة الاتصال الحديثة الذي يؤثر بشكل كبير على التوسع في تقديم الخدمات المصرفية الالكترونية وجذب العملاء للتعامل مع هذه الخدمات، وذلك يتطلب استعداد المصارف لتبني تكنولوجيا المعلومات والدعم التنظيمي ودعم المؤسسات المالية (AL-Fahim, et. al., 2014).

(2 - 3 - 3): العوامل التنظيمية

تتمثل العوامل التنظيمية في رأس المال البشري القادر على استخدام أحدث تكنولوجيا المعلومات والاتصالات والموارد المتاحة، بالإضافة الى تنظيم الأفكار الابداعية والإبتكارية وضمان تنفيذها في مجال الخدمات المصرفية، كما تضم العوامل التنظيمية الإعتمادات التكنولوجية التي تحتويها البنوك والمؤسسات المالية الخاضعة لمقاييس تنظيمية ومعايير وطنية عالمية. وتتأثر العوامل التنظيمية في الضغوطات التي تفرضها المنظمات والهيئات الحكومية

على نظام الخدمات المصرفية الإلكترونية الذي بالتالي يؤثر على سلوكيات وممارسات العملاء واعتمادهم الخدمات المصرفية الإلكترونية (Riyadh, et. al., 2009).

(2. 4): العوامل المحددة لتبنى الأفراد للخدمات البنكية الإلكترونية

لا يعتمد نجاح وانتشار استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية أو غيرها من الخدمات الإلكترونية فقط على مزود الخدمة وطبيعة هذه الخدمات فهناك عوامل عدة تلعب دوراً رئيسياً في تشجيع الأفراد على تبني التكنولوجيا لتنفيذ الخدمات إلكترونياً، ويعد مدى ادراك الأفراد لهذه الخدمات والمزايا من أهم العوامل التي يجب أن تتوفر في الخدمة الجديدة، فإذا كانت هذه الخدمة تعمل على توفير مزايا أفضل من الطرق التقليدية فهذا سيدفع الأفراد إلى استخدام الخدمات الإلكترونية بناء على الخدمات والمزايا التي توفرها مثل سرعة الخدمة المصرفية الإلكترونية وملاءمتها إذا توفرت تعتبر من المزايا التي تعمل على تبني الأفراد لها (Gerrard & Cunningham, 2003).

في حين أن المزايا المادية مثل انخفاض تكلفة الخدمة يعتبر عامل آخر لتبنى الخدمات الإلكترونية، فتكلفة الخدمة الإلكترونية تمثل جزء بسيط من تكلفة الخدمات التقليدية، فموقع مزود الخدمة لا يعتبر عائق أمام تبني الأفراد للخدمة الإلكترونية على اعتبار أنه يمكن الوصول إلى مزود الخدمة من خلال الإنترنت من أي مكان وفي أي وقت، وكان لحجم المخاطر ودرجة أمان الخدمات الإلكترونية والمركز المالي لمزود الخدمة وحجمه دور كبير في تبني العملاء لهذه الخدمات حيث أن هنالك درجة أمان عالية توفرها الخدمات المصرفية الإلكترونية. أما الخبرة السابقة لمستخدمي الإنترنت من العملاء المتوقع تبنيهم للخدمات الإلكترونية، فالأفراد الذين يستخدمون الخدمات الإلكترونية كان لهم خبرة سابقة بتكنولوجيا

الحاسوب والاتصالات والشراء عبر الإنترنت. جميع العوامل السابقة الذكر إن توفرت مجتمعة يعني التوسع في استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية (Featherman & Pavlou, 2002).

(2. 5): الدراسات السابقة العربية والاجنبية

تتضمن هذه الفقرة من الفصل الثاني مجموعة الدراسات العربية والأجنبية التي تأتي متممة للإطار النظري للدراسة. وعلى هذا الأساس فإن الدراسات السابقة التي سيتم عرضها وفقاً للمعيار الزمني، أي بحسب التسلسل الزمني من الأقدم إلى الأحدث تصاعدياً.

(2. 5. 1): الدراسات العربية

- دراسة الصرن وعبد اللطيف (2006) بعنوان: "العوامل المؤثرة في عولمة جودة الخدمة المصرفية عبر شبكات الإنترنت: دراسة ميدانية مقارنة بين بعض المصارف السورية والأردنية".

هدفت الى تقديم مفهوم واضح لشبكات الانترنت وجودة الخدمة وتطبيقاتها في المصارف السورية والأردنية. أجريت الدراسة في الأردن وسوريا، وقد استخدمت المنهج التحليلي الوصفي، حيث تكونت العينة من (6) بنوك تجارية تم توزيع (420) استبانة على موظفيها. وقد توصلت نتائج الدراسة الى هنالك قصور وضعف في تطبيق نظم المعلومات الادارية في المصارف السورية، وهنالك تطبيق لنظام اتخاذ القرارات ونظم الخبرة والذكاء الاصطناعي والتسويق المصرفي الالكتروني في البنوك الأردنية. وتبين وجود قصور كلي في تقديم الخدمات المصرفية الالكترونية السورية المختلفة عبر شبكة الانترنت أمام ما هو مطبق في المصارف الأردنية.

- دراسة الطاهات (2006) بعنوان: "تقييم الخدمات المصرفية عبر الانترنت المقدمة من البنوك التجارية الأردنية".

هدفت هذه الدراسة إلى تقييم الخدمات المصرفية عبر شبكة الانترنت المقدمة من المصارف التجارية الأردنية، ومدى تأثيرها على العملاء، من خلال قياس تأثير كل من: سهولة استخدام الخدمات المصرفية عبر الانترنت ومدى التنوع والمستوى العلمي للعملاء وحجم المخاطر وحجم العوائد والتكاليف ومدى توفر الحماية للخدمات المصرفية المقدمة عبر الانترنت على مدى إقبال العملاء عليها. وذلك من خلال توزيع استبانته على العملاء المصارف عينة الدراسة المشتركين بالخدمات المصرفية عبر الانترنت والمكونة من (200) عميل للمصارف و(40) موظف في هذه المصارف والبالغ عددها ثمانية. وقد توصلت الدراسة إلى أن غالبية المصارف(عينة الدراسة) لها موقع على شبكة الانترنت وأنها تقدم معلومات عنها وتقدم خدمات مصرفيه عبرها، وأن جميع المصارف تستخدم أساليب حماية، وأن ابرز المتغيرات التي تؤثر على مدى إقبال العملاء على الخدمات المصرفية المقدمة عبر الإنترنت , كانت تعود لعوامل سهولة الاستخدام و درجة توفر الأمان ومدى تنوع الخدمات المصرفية المقدمة عبر الانترنت، وحجم مخاطر التي يمكن أن يتعرض لها العملاء من جراء استخدام الخدمات المصرفية عبر الانترنت والمستوى العلمي للعملاء وحجم تكاليف استخدام الخدمات المصرفية المقدمة عبر الانترنت.

- دراسة القدومي (2008) بعنوان: " العوامل المؤثرة في انتشار الصيرفة الالكترونية: دراسة تطبيقية على البنوك التجارية الأردنية".

هدفت الى التعرف على ماهية وطبيعة الخدمات المصرفية الالكترونية التي توفرها البنوك التجارية الأردنية. أجريت الدراسة في الأردن، وقد استخدمت المنهج التحليلي الوصفي، حيث تكونت العينة من (13) بنك تجاري أردني. وقد أشارت نتائج الدراسة الى ان هنالك معوقات تواجه البنوك الالكترونية متمثلة في غياب نقص الوعي، ارتفاع خدمة الانترنت التي تحد من انتشار الصيرفة الالكترونية بالرغم من تمتعها بانخفاض حجم المخاطر وتمتعها بمزايا عدة مثل السهولة والسرعة وانخفاض التكاليف.

- دراسة الردايدة (2011) بعنوان: "أثر جودة الخدمة المصرفية الالكترونية في تقوية العلاقة بين المصرف والزبائن: دراسة مقارنة على عينة من زبائن المصارف الأردنية والمصارف الاجنبية في مدينة عمان".

هدفت هذه الدراسة إلى معرفة مدى تأثير جودة الخدمة المصرفية الالكترونية في تقوية علاقة الزبائن بالمصرف بالإضافة إلى معرفة مدى التشابه او الاختلاف في مستويات جودة الخدمة المصرفية الالكترونية في المصارف الأردنية والمصارف الأجنبية العاملة في الأردن. شملت عينة الدراسة (8) بنوك أردنية وأجنبية بواقع (4) بنوك أردنية و (4) بنوك أجنبية، وتم توزيع (350) استبانة، وبعد فحص الاستبانات المستردة تبين صلاحية (286) استبانة، وتم استخدام المنهج الوصفي التحليلي. وبعد إجراء التحليلات الإحصائية اللازمة توصلت الدراسة إلى العديد من النتائج أبرزها وجود تأثير مباشر لجودة الخدمة المصرفية الالكترونية على جودة العلاقة بين المصارف والزبائن في المصارف الأردنية أعلى مما هو عليه في المصارف

الاجنبية. كما بينت النتائج أن ثلاثة أبعاد فرعية من جودة الخدمة المصرفية الالكترونية تؤثر بشكل مباشر على جودة العلاقة بين المصارف والزبائن.

- دراسة الحاج (2012) بعنوان: "نظام الخدمات المصرفية الالكترونية عبر (SMS) ودوره

في تحقيق ولاء العملاء في البنوك التجارية الأردنية".

هدفت الى التعرف على نظام الخدمات المصرفية الالكترونية عبر (SMS) وفقا لأبعاد (الثقة، القيمة المدركة، الرضا، جودة الخدمة) ودورها في تحقيق ولاء العملاء في البنوك التجارية الأردنية. تم استخدام المنهج التحليلي الوصفي، حيث تكونت العينة من (344) عميلا في البنوك التجارية الأردنية. وقد توصلت الدراسة الى وجود علاقة ذات دلالة احصائية بين مجموع أبعاد نظام الخدمات المصرفية الالكترونية (الثقة، القيمة المدركة، الرضا، جودة الخدمة) وحالة الولاء لعملاء البنوك التجارية الأردنية.

- دراسة نصري (2015) بعنوان: "نموذج تبني استخدام الانترنت في الخدمات المصرفية في

تونس".

هدفت هذه الدراسة إلى استقصاء العوامل المؤثرة على نية المستهلكين تجاه استخدام الانترنت في الخدمات المصرفية في تونس. تكونت عينة الدراسة من (150) فرد يستخدم الانترنت في الخدمات المصرفية. وتم استخدام المنهج الوصفي التحليلي إضافة إلى أسلوب المعادلة الهيكلية. وبعد إجراء التحليلات الإحصائية اللازمة توصلت الدراسة إلى العديد من النتائج أبرزها أن الإتجاه نحو الاستخدام والصعوبة المدركة والمعايير الموضوعية والفائدة

المدركة لها تأثير مباشر على النية تجاه استخدام الإنترنت في الخدمات المصرفية، كما أشارت النتائج إلى تأثير سهولة الاستخدام على المنفعة المدركة والعتجاه نحو الإستخدام.

- دراسة عبيدات وآخرون (2015) بعنوان: "دور الخدمات الإلكترونية المالية في تحقيق الميزة التنافسية في البنوك التجارية الأردنية".

هدفت الدراسة إلى التعرف على أثر الخدمات الإلكترونية المالية في تحقيق الميزة التنافسية في المصارف التجارية الأردنية، وقد اعتمدت هذه الدراسة على منهج البحث الوصفي التحليلي الملائم لأغراض البحث، تكون مجتمع الدراسة من العملاء الذين يستخدمون الخدمات المالية الإلكترونية التابعة للبنوك التجارية الأردنية في العاصمة عمان خلال العام 2013 والبالغ عددها (13) مصرف، تم استخدام أسلوب العينة العشوائية البسيطة لإختيار العينة من مجتمع الدراسة. حيث وزعت (455) استبانة، استرجع منها (363) استبانة، استبعاد منها (13) استبانة بسبب عدم اكتمال إجابة المبحوثين عليها، وبالتالي بلغت الاستبانات الخاضعة للتحليل (350) استبانة. وقد تم إجراء المعالجة الإحصائية التي تتناسب مع أغراض وأهداف هذه الدراسة. ومن أهم نتائج هذه الدراسة وجود أثر ذو دلالة إحصائية للخدمات المالية الإلكترونية التي تقدمها المصارف التجارية الأردنية في تحقيق الميزة التنافسية من وجهة نظر العملاء، كما وأظهرت النتائج أن خدمة الصيرفة عبر شبكة الإنترنت هي الخدمة ذات الأثر الأكبر في تحقيق الميزة التنافسية من وجهة نظر العملاء، وكانت خدمة الصراف الآلي هي الأقل تأثيراً في تحقيق الميزة التنافسية للبنوك التجارية الأردنية. وعليه فقد أوصت الدراسة إدارات المصارف التركيز على خدمة الصيرفة عبر الهاتف النقال.

(2. 5. 2): الدراسات الاجنبية

- دراسة Gemechu (2012) بعنوان: *Adoption of Electronic banking system*

"in Ethiopian Banking industry: Barriers and Drivers"

هدفت الى استكشاف أثر اعتماد النظام المصرفي الالكتروني في الصناعة المصرفي والفوائد التي يمكن للشركات الاستفادة منها أثناء تعاملها مع البنوك الالكترونية. اجريت الدراسة في اثيوبيا، وقد استخدمت المنهج التحليلي الوصفي، حيث تكونت العينة من (160) موظف تم اختيارهم من أربعة بنوك؛ بنك تابع للقطاع الحكومي، وثلاثة تابع للقطاع الخاص. وقد أشارت نتائج الدراسة الى أن البنوك الالكترونية لها تأثير ايجابي على ضمان تحقيق تنافسية عالية لدى البنوك بالإضافة الى الدقة العالية في حفظ البيانات واسترجاع المعلومات، وسرعة الخدمات المالية المقدمة للعملاء. وبينت نتائج الدراسة الى أن هناك مخاوف أمنية تعود الى القرصنة وأعمال السرقة الالكترونية.

- دراسة AL-Smadi (2012) بعنوان: *Factors Affecting Adoption of*

Electronic Banking: An Analysis of the Perspectives of Banks' Customers"

هدفت إلى تحديد وفهم العوامل التي تؤثر على تبني العملاء للخدمات المصرفية الإلكترونية. أجريت الدراسة في الأردن، وقد استخدمت المنهج التحليلي الوصفي، حيث تكونت العينة من (387) عميل يستفيدون من الخدمات المصرفية الإلكترونية في (26) مصرف أردني. وقد توصلت نتائج الدراسة الى ان العملاء جميعهم يشعرون بسهولة استخدام والتعامل

مع الخدمات المصرفية الإلكترونية، وتبين أن العملاء يشعرون بالرضى اتجاه الخدمات الإلكترونية المقدمة لهم من قبل المصارف التي يتعاملون معها.

- دراسة Ismail & Osman (2012) بعنوان: **"Factors Influencing the Adoption of E-banking in Sudan: Perceptions of Retail Banking Clients"**

هدفت إلى تحديد مستوى استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية بين العملاء، بالإضافة إلى التعرف على أثر اعتماد الخدمات المصرفية الإلكترونية من قبل العملاء. أجريت الدراسة في السودان، وقد استخدمت المنهج التحليلي الوصفي، حيث تكونت العينة من (269) شخص يتعاملون مع الخدمات المصرفية الإلكترونية. وقد توصلت نتائج الدراسة الى أن الغالبية العظمى من العملاء يستخدمون ويتعاملون مع الخدمات المصرفية الإلكترونية، وخاصة ماكينة الصراف الآلي (ATM). كما أظهرت النتائج أن العملاء ذوي الدخل المرتفع والذين لديهم حسابات في المصارف يفضلون التعامل مع الخدمات المصرفية الإلكترونية.

- دراسة Takele & Sira (2013) بعنوان: **"Analysis of Factors Influencing Customers' Intention to the Adoption of E-Banking Service Channels in Bahir Dar City: An Integration of Tam"**

هدفت الى استكشاف أثر العوامل المؤثرة في توجيه نية العملاء لاعتماد التعامل مع خدمات المصارف الإلكترونية. قامت الدراسة بتطوير نموذج مكون من ست متغيرات وتطبيقه على جميع البنوك التي تزود بالخدمات الإلكترونية في مدينة بيهار دار في أثيوبيا. وقد أشارت نتائج الدراسة الى ان هنالك عدة عوامل تؤثر على توجه العملاء للتعامل مع خدمات المصارف الإلكترونية المتمثلة في توجهات العملاء المختلفة، تصورات العملاء حول

المصارف الالكترونية، وتفكير العملاء بالفوائد والخدمات التي تقدمها المصارف الالكترونية ومدى سهولة التعامل معها.

- دراسة Pham, et. al., (2013) بعنوان: *Structural Models for E-Banking Adoption in Vietnam*

هدفت الى تحديد العوامل المؤثرة على تبني البنوك الإلكترونية في فيتنام. استخدم المنهج التحليلي الوصفي، حيث تكونت العينة من (173) شخص يتعاملون مع البنوك الإلكترونية. وقد توصلت نتائج الدراسة الى إقتراح أنموذج هيكلي لتبني البنوك الإلكترونية متضمناً مجموعة من العوامل التكنولوجية والتنظيمية والبيئية.

- دراسة Shaikh (2014) بعنوان: *Ethiopian Banker's Perception of Electronic Banking in Ethiopia – A Case of Adama City*

هدفت الى معرفة تصورات المصرفيون الايجابية والسلبية حول البنوك الالكترونية، ومعرفة مدى استفادة العملاء عند استخدامهم للبنوك الالكترونية. أجريت الدراسة في أثيوبيا، وقد استخدمت المنهج التحليلي الوصفي، حيث تكونت العينة من 78 استبانة وزعت على جميع البنوك في أثيوبيا. وقد أشارت نتائج الدراسة الى أن البنوك الالكترونية تعمل على توفير وقت الموظفين والعملاء وأكثر دقة في ادخال واخراج البيانات وأكثر تنظيماً للمعلومات. وتبين أن هنالك حاجة ماسة الى تدريب الموظفين ودعم خبراتهم لتسهيل خدمة العملاء.

- دراسة Bultum (2014) بعنوان: *Factors Affecting Adoption of Electronic*

Banking System in Ethiopian Banking Industry

هدفت الى الكشف عن العوامل المؤثرة على اعتماد نظام الخدمات البنكية الالكترونية في الصناعة البنكية في اثيوبيا. أجريت الدراسة في اثيوبيا، وقد استخدمت المنهج التحليلي الوصفي، حيث تكونت العينة من (160) موظف تم اختيارهم من أربعة بنوك تابعة للقطاع الحكومي، وثلاث بنوك تابعة للقطاع الخاص. وقد توصلت نتائج الدراسة الى أن هنالك صعوبات تواجه البنوك الالكترونية متمثلة في المخاطر الامنية التي تفقد العملاء الثقة في التعامل مع البنوك الالكترونية، بالاضافة الى انعدام اطار العمل القانوني والتنظيمي، والذي يحتاج الى اتباع اجراءات وتدابير لتجاوز التحديات التي تواجه البنوك الالكترونية، وذلك من خلال دعم الصناعة البنكية والاستثمار في البنية التحتية لتوظيف تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في البنوك الذي يساهم أيضا في تحقيق التنافسية للبنوك.

(2. 6): ما يميز الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة

إن أهم ما يميز الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة النقاط التالية:

- تساعدنا في تطوير أنموذج يحتوي العوامل التي تساعد في تبني الأعمال الإلكترونية البنكية في الأردن وهي العوامل التكنولوجية، والتنظيمية، والبيئية.
- تم تطبيق هذه الدراسة في الشركات الصغيرة ومتوسطة الحجم، نظراً لأهمية هذا القطاع من حيث الخدمات التي يقدمها للعملاء في الأردن والجانب العملي الذي يقوم عليه.

الفصل الثالث

منهجية الدراسة

(الطريقة والإجراءات)

(3 . 1): المقدمة

(3 . 2): منهج الدراسة

(3 . 3): مجتمع الدراسة

(3 . 4): عينة الدراسة والخصائص الشخصية والوظيفية لأفراد عينة الدراسة

(3 . 5): أدوات الدراسة ومصادر الحصول على البيانات والمعلومات

(3 . 6): متغيرات الدراسة

(3 . 7): المعالجات الإحصائية

(3 . 8): التوزيع الطبيعي لمتغيرات الدراسة

(3 . 9): صدق أداة الدراسة وثباتها

الفصل الثالث

منهجية الدراسة

(الطريقة والإجراءات)

(3 . 1): المقدمة

يتناول هذا الفصل وصفا لمنهج الدراسة، ومجتمع الدراسة وعينتها، وعينة الدراسة والخصائص الشخصية والوظيفية لأفراد عينة الدراسة وأدوات الدراسة ومصادر الحصول على المعلومات، ومتغيرات الدراسة والمعالجات الإحصائية المستخدمة، واختبار التحقق من ملائمة البيانات للتحليل الإحصائي، إضافة إلى التحقق من صدق أداة الدراسة وثباتها.

(3 . 2): منهج الدراسة

تعتبر الدراسة الحالية دراسة ميدانية وتم استخدام المنهج الوصفي التحليلي بهدف الحصول على البيانات من مصادرها الرئيسية وعن طريق استبانة تم إعدادها بالإستناد إلى مجموعة من الدراسات والابحاث.

(3 . 3): مجتمع الدراسة

تكون مجتمع الدراسة من جميع مديري الشركات الصغيرة والمتوسطة الحجم في العاصمة عمان، وتم اختيار مديري شركات القطاع التجاري في عمان التي يتراوح رأس مالها من 250000 – 3000000 دينار اردني والبالغ عددهم 1176 مدير.

(3. 4): عينة الدراسة والخصائص الشخصية والوظيفية لأفراد عينة الدراسة

لضمان جودة النتائج التي سيتم الحصول عليها، تم أخذ عينة عشوائية من مديري الشركات الصغيرة متوسطة الحجم في العاصمة عمان في القطاع التجاري بنسبة (10%) من مجتمع الدراسة وبشكل عشوائي، وبهذا يكون عدد المديرين عينة الدراسة ما مجمله (118) مدير حسب (Sekaran & Bougie, 2010). وقد تم توزيع (118) استبانة، وتم استرجاعها بالكامل كون أن العينة عينة عشوائية. توضح الجداول (3 - 1) ، (3 - 2) ، (3 - 3) ، (3 - 4) الخصائص الشخصية والوظيفية لأفراد عينة الدراسة من حيث (الجنس؛ والعمر؛ والمؤهل العلمي؛ وعدد سنوات الخبرة؛ والمسمى الوظيفي). إذ تبين النتائج المعروضة في الجدول (3 - 1) أن 94.9% من أفراد عينة الدراسة هم من الذكور، وما نسبته 5.1% هم من الإناث.

الجدول (3 - 1)

توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الجنس

المتغير	الفئة	التكرار	النسبة المئوية (%)
الجنس	ذكر	112	94.9
	أنثى	6	5.1
المجموع		118	100

يبين الجدول (3 - 2) أن 12.7% من أفراد عينة الدراسة هم ممن تتراوح أعمارهم من 30 سنة فأقل، وأن 18.6% من أفراد عينة الدراسة هم ممن تتراوح أعمارهم من 31 إلى 35 سنة، كما أظهرت النتائج أن 24.6% من أفراد عينة الدراسة هم ممن تتراوح أعمارهم من 36 إلى 40 سنة، وأن 9.3% من أفراد عينة الدراسة هم ممن تتراوح أعمارهم من 41 إلى 45 سنة، وأخيراً، تبين أن نسبة أفراد عينة الدراسة ممن تتراوح أعمارهم من 46 سنة فأكثر ما مجمله 34.7%.

الجدول (3 - 2)

توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير العمر

المتغير	الفئة	التكرار	النسبة المئوية (%)
العمر	30 سنة فأقل	15	12.7
	من 31 - 35 سنة	22	18.6
	من 36 - 40 سنة	29	24.6
	من 41 - 45 سنة	11	9.3
	46 سنة فأكثر	41	34.7
المجموع		118	100

كما يوضح الجدول (3 - 3) أن 83% من من أفراد عينة الدراسة هم من حملة شهادة البكالوريوس في اختصاصاتهم، وأن 2% من أفراد عينة الدراسة هم من حملة شهادة الدبلوم العالي في اختصاصاتهم. وأن 12% من أفراد عينة الدراسة هم من حملة شهادة الماجستير في اختصاصاتهم وأخيراً، تبين أن نسبة أفراد عينة الدراسة من حملة شهادة الدكتوراه في اختصاصاتهم ما مجمله 3%.

الجدول (3 - 3)

توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير المؤهل العلمي

المتغير	الفئة	التكرار	النسبة المئوية (%)
المؤهل العلمي	بكالوريوس	98	83
	دبلوم عال	2	2
	ماجستير	14	12
	دكتوراه	4	3
المجموع		118	100

وبالنسبة لمتغير عدد سنوات الخبرة، فقد أظهرت النتائج والموضحة بالجدول (3 - 4) أن ما نسبته 12.7% من أفراد عينة الدراسة هم ممن تقل عدد سنوات خبرتهم العملية عن 5 سنوات، وأن 8.5% هم ممن تتراوح عدد سنوات خبرتهم العملية من 5 - 10 سنوات، وأن 40.7% هم ممن تتراوح عدد سنوات خبرتهم العملية من 10 - 15 سنة، وأخيراً، تبين أن إجمالي

النسبة المئوية للمبحوثين من أفراد عينة الدراسة ممن لديهم خبرة أكثر من 16 سنة بلغت 38.1%.

الجدول (3 - 4)

توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير عدد سنوات الخبرة

المتغير	الفئة	التكرار	النسبة المئوية (%)
عدد سنوات الخبرة	5 سنوات فأقل	15	12.7
	من 6 – 10 سنوات	10	8.5
	من 10 – 15 سنة	48	40.7
	16 سنة فأكثر	45	38.1
المجموع		118	100

(3 . 5): أدوات الدراسة ومصادر الحصول على البيانات والمعلومات

لتحقيق أهداف الدراسة قام الباحث بتطوير استبانة بهدف الإجابة عن أسئلة الدراسة. إذ تم تطوير الأداة بالرجوع إلى الأدب النظري ذي الصلة. وتم استخدام مصدرين أساسيين لجمع المعلومات، وهما:

المصادر الثانوية، حيث اتجه الباحث في معالجة الإطار النظري للدراسة إلى مصادر البيانات الثانوية والتي تتمثل في الكتب والمراجع العربية والأجنبية ذات العلاقة، والدوريات والمقالات والتقارير، والأبحاث والدراسات السابقة التي تناولت موضوع الدراسة، والبحث والمطالعة في مواقع (الإنترنت) المختلفة. وكان هدف الباحث من اللجوء للمصادر الثانوية في الدراسة، التعرف على الأسس والطرق العلمية السليمة في كتابة الدراسات، وكذلك أخذ تصور عام عن آخر المستجدات التي حدثت في موضوعات الدراسة.

المصادر الأولية، لمعالجة الجوانب التحليلية لموضوع الدراسة تم اللجوء إلى جمع البيانات الأولية من خلال الاستبانة كأداة رئيسية للدراسة. والتي تضمنت عدد من العبارات عكست أهداف الدراسة وأسئلتها، للإجابة عنها من قبل المبحوثين، وتم استخدام مقياس Likert الخماسي، بحيث أخذت كل إجابة أهمية نسبية.

تضمنت أداة الدراسة الرئيسة (الاستبانة) ثلاثة أجزاء، هي:

الجزء الأول: الجزء الخاص بالمتغيرات الشخصية والوظيفية لأفراد عينة الدراسة من خلال (4) متغيرات وهي (الجنس؛ والعمر؛ والمؤهل العلمي؛ وعدد سنوات الخبرة) لغرض وصف خصائص عينة الدراسة.

الجزء الثاني: تضمن مقياس العوامل التي تؤثر على تبني الخدمات البنكية الالكترونية عبر ثلاثة عوامل رئيسة، وهي (العوامل التكنولوجية، العوامل التنظيمية والعوامل البيئية) و(15) فقرة لقياسه، مقسمة على النحو الآتي:

العوامل المؤثرة في تبني الخدمات البنكية الالكترونية	العوامل التكنولوجية	العوامل التنظيمية	العوامل البيئية
عدد الفقرات	5	5	5
ترتيب الفقرات	5 - 1	10 - 6	15 - 11

الجزء الثالث: تضمن مقياس قرار تبني الخدمات البنكية الالكترونية عبر بعدين، هما (خفض التكاليف وتوفير الأمن والخصوصية) و(10 فقرات لقياسها، مقسمة على النحو الآتي:

قرار تبني الخدمات البنكية الالكترونية	خفض التكاليف	توفير الأمن والخصوصية
عدد الفقرات	5	5
ترتيب الفقرات	20 - 16	25 - 21

وتراوح مدى الاستجابة من (1 - 5) وفق مقياس ليكرت الخماسي Five Likert Scale

كالآتي:

بدائل الإجابة	أوافق بشدة	أوافق	أوافق إلى حد ما	لا أوافق	لا أوافق على الإطلاق
الدرجة	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)

وبهذا تكونت الاستبانة (أداة الدراسة) وبشكلها النهائي من (25) فقرة بمقياس ليكرت

الخماسي Five Likert Scale.

(3. 6): متغيرات الدراسة

قام الباحث بتحديد متغير الدراسة المستقل العوامل التي تؤثر على تبني الخدمات البنكية الالكترونية عبر ثلاثة عوامل رئيسية، وهي (العوامل التكنولوجية، العوامل التنظيمية والعوامل البيئية) بالاستناد إلى ما حدده Khurshid (2014) كما تم تحديد المتغير التابع والمتمثل بقرار

تبنى الخدمات البنكية الالكترونية عبر بعدين، هما (خفض التكاليف وتوفير الأمن والخصوصية) بالاستناد إلى Jane, et..al., (2004).

(3 . 7): المعالجات الإحصائية

للإجابة عن اسئلة الدراسة واختبار فرضياتها عمد الباحث لاستخدام الأساليب الإحصائية التالية:

(3 . 7 . 1): أساليب الإحصاء الوصفي، والمتضمنة:

- التكرارات والنسب المئوية لوصف المتغيرات الشخصية والوظيفية لأفراد عينة الدراسة.
- المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لتحديد الأهمية النسبية لمتغيرات الدراسة وفقراتها.
- معادلة طول الفئة والتي تقضي بقياس مستوى ممارسة متغيرات الدراسة، والذي تم احتسابه وفقاً للمعادلة التالية:

$$\text{مدى التطبيق} = \frac{\text{العلامة القصوى} - \text{العلامة الدنيا}}{3}$$
$$1.33 = \frac{5 - 1}{3} = \text{مدى التطبيق}$$

وبناء على ذلك يكون:

الأهمية المنخفضة من 1. أقل من 2.33

الأهمية المتوسطة من 2.33 . لغاية 3.66

الأهمية المرتفعة من 3.67 فأكثر.

(3 . 7 . 2): أساليب الإحصاء الاستدلالي، والمتضمنة:

- اختبار Kolmogorov-Smirnov للتحقق من التوزيع الطبيعي (Normal Distribution) للبيانات.
- اختبار كرونباخ ألفا لمعرفة ثبات فقرات الاستبانة والتي تم إعدادها خصيصاً لقياس متغيرات الدراسة.
- اختبار T لعينة واحدة One sample T-test وذلك للتحقق من معنوية فقرات الاستبانة المعدة.
- معامل تضخم التباين Variance Inflation Factor واختبار التباين المسموح Tolerance للتأكد من عدم وجود تعددية ارتباط Multicollinearity بين المتغيرات المستقلة.
- تحليل الانحدار المتعدد Multiple Regression Analysis لبيان تأثير أكثر من متغير مستقل على متغير تابع وأحد.
- أنموذج المعادلة الهيكلية Structurel Equation Model بهدف توضيح أثر العوامل التي تؤثر على تبني الخدمات البنكية الالكترونية على قرار تبني الخدمات البنكية الالكترونية.

(3 . 8): التوزيع الطبيعي لمتغيرات الدراسة

لأغراض التحقق من موضوعية نتائج الدراسة فقد تم إجراء اختبار Kolmogorov-Smirnov Test، وذلك للتحقق من خلو بيانات الدراسة من المشاكل الإحصائية التي قد تؤثر سلباً على نتائج اختبار فرضيات الدراسة، ويشترط هذا الاختبار توفر التوزيع الطبيعي في البيانات، وكما هو موضح بالجدول (3-5).

جدول (5-3)

التوزيع الطبيعي لمتغيرات الدراسة

ت	المتغيرات	Kolmogorov – Smirnov	Sig. *	النتيجة
1	العوامل المؤثرة على تبني الخدمات البنكية الالكترونية	0.806	0.908	يتبع التوزيع الطبيعي
1 - 1	العوامل التكنولوجية	0.661	0.711	يتبع التوزيع الطبيعي
2 - 1	العوامل التنظيمية	0.700	0.774	يتبع التوزيع الطبيعي
3 - 1	العوامل البيئية	0.564	0.534	يتبع التوزيع الطبيعي
2	قرار تبني الخدمات البنكية الالكترونية	1.487	0.056	يتبع التوزيع الطبيعي
1 - 2	خفض التكاليف	1.040	0.063	يتبع التوزيع الطبيعي
2 - 2	توفير الأمن والخصوصية	1.933	0.092	يتبع التوزيع الطبيعي

ملاحظة: * يكون التوزيع طبيعياً عندما يكون مستوى الدلالة ($\alpha > 0.05$).
المصدر: مخرجات نتائج التحليل الإحصائي لبرنامج SPSS.

وبالنظر إلى الجدول أعلاه وعند مستوى دلالة ($\alpha > 0.05$) فإنه يتبين أن توزيع المتغيرات جميعها كانت طبيعية. حيث كانت نسب التوزيع الطبيعي لكل الإجابات أكبر من (0.05) وهو المستوى المعتمد في المعالجة الإحصائية لهذه الدراسة.

(3 . 9): صدق أداة الدراسة وثباتها

أ) الصدق الظاهري

تم عرض الاستبانة على مجموعة من المحكمين تألفت من (6) محكمين من أعضاء الهيئة التدريسية متخصصين في إدارة الأعمال والإحصاء وأسماء المحكمين بالملحق رقم (3)، وقد

تمت الاستجابة لآراء المحكمين وتم إجراء ما يلزم من حذف وتعديل في ضوء المقترحات المقدمة، وبذلك خرج الاستبيان في صورته النهائية كما موضح بالملحق رقم (4).

ب) ثبات أداة الدراسة

قام الباحث باستخدام اختبار الاتساق الداخلي كرونباخ ألفا (Cronbach Alpha)، لقياس مدى التناسق في إجابات المبحوثين على كل الأسئلة الموجودة في المقياس، إذ أن الحصول على $(\text{Alpha} \geq 0.60)$ يُعد في الناحية التطبيقية للعلوم الإدارية والإنسانية بشكل عام أمراً مقبولاً (Sekaran & Bougie, 2010, 184). والجدول (3 - 6) يبين نتائج ثبات الأداة لهذه الدراسة. إذ يوضح الجدول (3 - 6) قيم الثبات لمتغيرات الدراسة الرئيسة والتي بلغت (0.896) للعوامل المؤثرة على تبني الخدمات البنكية الالكترونية، و(0.863) لقرار تبني الخدمات البنكية الالكترونية. وتدل مؤشرات كرونباخ ألفا Cronbach Alpha على تمتع أداة الدراسة بصورة عامة بمعامل ثبات عال وبقدرتها على تحقيق أغراض الدراسة وفقاً لـ (Sekaran & Bougie, 2010: 184).

الجدول (3 - 6)

معامل ثبات الاتساق الداخلي لأبعاد الاستبانة (مقياس كرونباخ ألفا)

ت	المتغير	عدد الفقرات	قيمة كرونباخ ألفا
1	العوامل المؤثرة على تبني الخدمات البنكية الالكترونية	15	0.896
1 - 1	العوامل التكنولوجية	5	0.791
2 - 1	العوامل التنظيمية	5	0.813
3 - 1	العوامل البيئية	5	0.869
2	قرار تبني الخدمات البنكية الالكترونية	10	0.863
1 - 2	خفض التكاليف	5	0.855
2 - 2	توفير الأمن والخصوصية	5	0.823

الفصل الرابع

نتائج التحليل الإحصائي للدراسة واختبار الفرضيات

(4 . 1): المقدمة

(4 . 2): نتائج التحليل الإحصائي للدراسة

(4 . 3): تحليل مدى ملائمة البيانات لافتراضات اختبار فرضيات الدراسة

(4 . 4): اختبار فرضيات الدراسة

الفصل الرابع

نتائج التحليل الإحصائي للدراسة واختبار الفرضيات

(4 . 1): المقدمة

يستعرض هذا الفصل نتائج التحليل الإحصائي لاستجابة أفراد عينة الدراسة عن المتغيرات التي اعتمدت فيها من خلال عرض المؤشرات الإحصائية الأولية لإجاباتهم من خلال المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لكل متغيرات الدراسة والأهمية النسبية، كما يتناول الفصل اختبار فرضيات الدراسة والدلالات الإحصائية الخاصة بكل منها.

(4 . 2): نتائج التحليل الإحصائي للدراسة

(4 - 2 - 1): العوامل المؤثرة على تبني الخدمات البنكية الالكترونية

لوصف العوامل المؤثرة على تبني الخدمات البنكية الالكترونية (العوامل التكنولوجية، العوامل التنظيمية والعوامل البيئية) في الشركات محل الدراسة، لجأ الباحث إلى استخدام المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية وقيمة t المحسوبة، وأهمية الفقرة ومستوى العامل، كما هو موضح بالجدول (4 - 1)؛ (4 - 2)؛ و (4 - 3).

إذ يوضح الجدول (4 - 1) إجابات عينة الدراسة عن العبارات المتعلقة بالعوامل التكنولوجية في الشركات محل الدراسة. حيث تراوحت المتوسطات الحسابية للعوامل التكنولوجية بين (4.067 - 4.313) بمتوسط كلي مقداره (4.205) على مقياس ليكرت الخماسي

الذي يشير إلى المستوى المرتفع لأهمية العوامل التكنولوجية في الشركات محل الدراسة من وجهة نظر المديرين. إذ جاءت في المرتبة الأولى فقرة "تكنولوجيا الخدمات البنكية الإلكترونية قادرة على تلبية احتياجاتي ورغباتي بصورة أسرع وأفضل" بمتوسط حسابي بلغ (4.313) وهو أعلى من المتوسط الحسابي العام البالغ (4.205)، وانحراف معياري بلغ (0.675)، فيما حصلت الفقرة "تكنولوجيا الخدمات البنكية الإلكترونية تؤدي وظيفتها بدرجة عالية من الصحة والدقة" على المرتبة الخامسة والأخيرة بمتوسط حسابي (4.067) وهو أدنى من المتوسط الحسابي العام والبالغ (4.205) وانحراف معياري (0.675). ويبين الجدول أيضاً التشتت المنخفض في استجابات أفراد عينة الدراسة حول العوامل التكنولوجية بفقراتها في الشركات محل الدراسة وهو ما يعكس التقارب في وجهات نظر أفراد عينة الدراسة حول العوامل التكنولوجية بفقراتها في الشركات محل الدراسة. ويشير الجدول أيضاً إلى التقارب في قيم المتوسطات الحسابية. وبشكل عام يتبين أن مستوى أهمية العوامل التكنولوجية بفقراتها في الشركات محل الدراسة من وجهة نظر عينة الدراسة (المديرين) كان مرتفعاً.

وهذا ما يشير من وجهة نظر الباحث إلى الاتجاهات والمشاعر العالية لأفراد عينة الدراسة تجاه الاستفادة من التكنولوجيا بما يناسب ويشبع حاجات المتعاملين مع الخدمات البنكية الإلكترونية.

جدول (4 - 1)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية وقيمة t المحسوبة ومستوى العوامل التكنولوجية

ت	العوامل التكنولوجية	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة "t" المحسوبة	Sig* مستوى الدلالة	ترتيب أهمية الفقرة	مستوى العوامل التكنولوجية
1	تكنولوجيا الخدمات البنكية الإلكترونية تؤدي وظيفتها بدرجة عالية من الصحة والدقة	4.067	0.675	17.160	0.000	5	مرتفع
2	تكنولوجيا الخدمات البنكية الإلكترونية قادرة على تلبية احتياجاتي ورغباتي بصورة أسرع وأفضل	4.313	0.675	21.121	0.000	1	مرتفع
3	تكنولوجيا الخدمات البنكية الإلكترونية سهلة الفهم والاستخدام	4.118	0.655	18.526	0.000	4	مرتفع
4	تتمتع تكنولوجيا الخدمات البنكية الإلكترونية بدرجة عالية من الكفاءة والجدارة في أداء وظائفها	4.288	0.667	20.948	0.000	2	مرتفع
5	تعد تكنولوجيا الخدمات البنكية الإلكترونية طريقة مميزة في الحصول على الخدمة المصرفية	4.237	0.724	18.560	0.000	3	مرتفع
	المتوسط الحسابي والانحراف المعياري للعوامل التكنولوجية	4.205	0.501	26.080	0.000	-	مرتفع

قيمة (t) الجدولية عند مستوى $(\alpha \leq 0.05)$ (1.658).

تم حساب قيمة (t) الجدولية بالاستناد إلى درجات الحرية والبالغة قيمتها (117).

كما يبين الجدول (4 - 2) إجابات عينة الدراسة عن العبارات المتعلقة بالعوامل

التنظيمية في الشركات محل الدراسة. حيث تراوحت المتوسطات الحسابية للعوامل التنظيمية

بين (4.067 - 4.313) بمتوسط كلي مقداره (4.211) على مقياس ليكرت الخماسي الذي يشير

إلى المستوى المرتفع لأهمية العوامل التنظيمية في الشركات محل الدراسة من وجهة نظر

المديرين. إذ جاءت في المرتبة الأولى فقرة "تدعم إدارة البنوك التجارية عمليات الخدمات

البنكية الإلكترونية" بمتوسط حسابي بلغ (4.339) وهو أعلى من المتوسط الحسابي العام البالغ

(4.211)، وانحراف معياري بلغ (0.706)، فيما حصلت الفقرة "تمتلك البنوك التجارية موارد

كافية لتحسين خدماتها البنكية الإلكترونية" على المرتبة الخامسة والأخيرة بمتوسط حسابي

(4.042) وهو أدنى من المتوسط الحسابي العام والبالغ (4.211) وانحراف معياري (0.841).
ويبين الجدول أيضاً التشتت المنخفض في استجابات أفراد عينة الدراسة حول العوامل
التنظيمية بفقراتها في الشركات محل الدراسة وهو ما يعكس التقارب في وجهات نظر أفراد
عينة الدراسة حول العوامل التنظيمية بفقراتها في الشركات محل الدراسة. ويشير الجدول أيضاً
إلى التقارب في قيم المتوسطات الحسابية. وبشكل عام يتبين أن مستوى أهمية العوامل
التنظيمية بفقراتها في الشركات محل الدراسة من وجهة نظر عينة الدراسة (المديرين) كان
مرتفعاً.

وهذا ما يعكس من وجهة نظر الباحث المستوى العالي من المرونة والملائمة والذي
تتمتع به الخدمات البنكية الإلكترونية وبالتالي مناسبة الخدمات البنكية الإلكترونية لكافة فئات
المتعاملين معها.

جدول (4 - 2)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية وقيمة t المحسوبة ومستوى العوامل التنظيمية

ت	العوامل التنظيمية	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة "t" المحسوبة	Sig* مستوى الدلالة	ترتيب أهمية الفقرة	مستوى العوامل التنظيمية
6	تتصف الخدمات البنكية الإلكترونية بالبنوك التجارية بالمرونة	4.050	0.835	13.661	0.000	4	مرتفع
7	تدعم إدارة البنوك التجارية عمليات الخدمات البنكية الإلكترونية	4.339	0.706	20.580	0.000	1	مرتفع
8	تمتلك البنوك التجارية موارد كافية لتحسين خدماتها البنكية الإلكترونية	4.042	0.841	13.461	0.000	5	مرتفع
9	تدعم إدارة البنوك التجارية عمليات التخطيط الاستراتيجي للخدمات البنكية الإلكترونية	4.296	0.683	20.615	0.000	3	مرتفع
10	تتصف إجراءات الخدمات البنكية الإلكترونية بالبنوك التجارية بالملائمة	4.330	0.641	22.539	0.000	2	مرتفع
	المتوسط الحسابي والانحراف المعياري للعوامل التنظيمية	4.211	0.564	23.339	0.000	-	مرتفع

قيمة (t) الجدولية عند مستوى $(\alpha \leq 0.05)$ (1.658).

تم حساب قيمة (t) الجدولية بالاستناد إلى درجات الحرية والبالغة قيمتها (117).

وأخيراً، يظهر الجدول (4 - 3) إجابات عينة الدراسة عن العبارات المتعلقة بالعوامل

البيئية في الشركات محل الدراسة. حيث تراوحت المتوسطات الحسابية للعوامل البيئية بين

(4.067 - 4.313) بمتوسط كلي مقداره (4.008) على مقياس ليكرت الخماسي الذي يشير إلى

المستوى المرتفع لأهمية العوامل البيئية في الشركات محل الدراسة من وجهة نظر المديرين. إذ

جاءت في المرتبة الأولى فقرة "عملت الخدمات البنكية الإلكترونية على زيادة حصة البنوك

السوقية" بمتوسط حسابي بلغ (4.161) وهو أعلى من المتوسط الحسابي العام البالغ (4.008)،

وانحراف معياري بلغ (0.739)، فيما حصلت الفقرة "تتأثر الخدمات البنكية الإلكترونية للبنوك

بمعامل الدعم الفني الخارجي" على المرتبة الخامسة والأخيرة بمتوسط حسابي (3.805) وهو أدنى من المتوسط الحسابي العام والبالغ (4.008) وانحراف معياري (0.829). ويبين الجدول أيضاً التشتت المنخفض في استجابات أفراد عينة الدراسة حول العوامل البيئية بفقراتها في الشركات محل الدراسة وهو ما يعكس التقارب في وجهات نظر أفراد عينة الدراسة حول العوامل البيئية بفقراتها في الشركات محل الدراسة. ويشير الجدول أيضاً إلى التقارب في قيم المتوسطات الحسابية. وبشكل عام يتبين أن مستوى أهمية العوامل البيئية بفقراتها في الشركات محل الدراسة من وجهة نظر عينة الدراسة (المديرين) كان مرتفعاً.

وهذا دليل واضح على كون الخدمات البنكية الإلكترونية متوافقة مع متطلبات ورغبات الزبائن المتعاملين معها وملبية لاحتياجاتهم ومبتعدة عن المخاطر البيئية.

جدول (4 - 3)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية وقيمة t المحسوبة ومستوى العوامل البيئية

ت	العوامل البيئية	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة "t" المحسوبة	Sig* مستوى الدلالة	ترتيب أهمية الفقرة	مستوى العوامل البيئية
11	الخدمات البنكية الإلكترونية المتوافرة تلبي حاجات ورغبات الزبائن	4.000	0.847	12.820	0.000	3	مرتفع
12	حسنت الخدمات البنكية الإلكترونية من صورة ومكانة البنك	3.966	0.794	13.208	0.000	4	مرتفع
13	عملت الخدمات البنكية الإلكترونية على زيادة حصة البنوك السوقية	4.161	0.739	17.060	0.000	1	مرتفع
14	تتوافق الخدمات البنكية الإلكترونية مع متطلبات ورغبات الزبائن	4.110	0.771	15.639	0.000	2	مرتفع
15	تتأثر الخدمات البنكية الإلكترونية للبنوك بعوامل الدعم الفني الخارجي	3.805	0.829	10.542	0.000	5	مرتفع
	المتوسط الحسابي والانحراف المعياري للعوامل البيئية	4.008	0.645	16.971	0.000	-	مرتفع

قيمة (t) الجدولية عند مستوى $(\alpha \leq 0.05)$ (1.658).

تم حساب قيمة (t) الجدولية بالاستناد إلى درجات الحرية والبالغة قيمتها (117).

(4 - 2 - 2): قرار تبني الخدمات البنكية الالكترونية

لوصف قرار تبني الخدمات البنكية الالكترونية (خفض التكاليف وتوفير الأمن والخصوصية) في الشركات محل الدراسة، لجأ الباحث إلى استخدام المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية وقيمة t المحسوبة، وأهمية الفقرة ومستوى العامل، كما هو موضح بالجداول (4 - 4) و (4 - 5).

إذ يوضح الجدول (4 - 4) إجابات عينة الدراسة عن العبارات المتعلقة بقرار خفض التكاليف في الشركات محل الدراسة. حيث تراوحت المتوسطات الحسابية لقرار خفض التكاليف بين (3.949 - 4.381) بمتوسط كلي مقداره (4.193) على مقياس ليكرت الخماسي الذي يشير إلى المستوى المرتفع لأهمية قرار خفض التكاليف في الشركات محل الدراسة من وجهة نظر المديرين. إذ جاءت في المرتبة الأولى فقرة "تحقق الخدمات البنكية الإلكترونية إنخفاضاً بتكاليف ضرورة وجود بنية تحتية تكنولوجية" بمتوسط حسابي بلغ (4.381) وهو أعلى من المتوسط الحسابي العام البالغ (4.193)، وانحراف معياري بلغ (0.678)، فيما حصلت الفقرة "تحقق الخدمات البنكية الإلكترونية إنخفاضاً بتكاليف التحقق من جودة الخدمة المصرفية المقدمة للزبائن" على المرتبة الخامسة والأخيرة بمتوسط حسابي (3.949) وهو أدنى من المتوسط الحسابي العام والبالغ (4.193) وانحراف معياري (0.845).

ويبين الجدول أيضاً التشتت المنخفض في استجابات أفراد عينة الدراسة حول قرار خفض التكاليف بفقراته في الشركات محل الدراسة وهو ما يعكس التقارب في وجهات نظر أفراد عينة الدراسة حول قرار خفض التكاليف بفقراته في الشركات محل الدراسة. ويشير الجدول أيضاً إلى التقارب في قيم المتوسطات الحسابية. وبشكل عام يتبين أن مستوى أهمية قرار

خفض التكاليف بفقراته في الشركات محل الدراسة من وجهة نظر عينة الدراسة (المديرين) كان مرتفعاً.

جدول (4 - 4)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية وقيمة t المحسوبة ومستوى قرار خفض التكاليف

ت	قرار خفض التكاليف	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة "t" المحسوبة	Sig* مستوى الدلالة	ترتيب أهمية الفقرة	مستوى قرار خفض التكاليف
16	تؤدي الخدمات البنكية الإلكترونية إلى تخفيض تكاليف السحب والإيداع اليدوي	4.296	0.695	20.247	0.000	2	مرتفع
17	تحقق الخدمات البنكية الإلكترونية إنخفاضاً بتكاليف ضرورة وجود بنية تحتية تكنولوجية	4.381	0.678	22.120	0.000	1	مرتفع
18	تعمل الخدمات البنكية الإلكترونية على خفض تكاليف منع حدوث الأخطاء أثناء تقديم الخدمة المصرفية	4.118	0.729	16.647	0.000	4	مرتفع
19	تحقق الخدمات البنكية الإلكترونية إنخفاضاً بتكاليف التحقق من جودة الخدمة المصرفية المقدمة للزبائن	3.949	0.845	12.190	0.000	5	مرتفع
20	تمكن الخدمات البنكية الإلكترونية من تخفيض تكاليف تطوير وتدريب العاملين	4.220	0.668	19.833	0.000	3	مرتفع
	المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لقرار خفض التكاليف	4.193	0.577	22.440	0.000	-	مرتفع

قيمة (t) الجدولية عند مستوى $(\alpha \leq 0.05)$ (1.658).

تم حساب قيمة (t) الجدولية بالاستناد إلى درجات الحرية والبالغة قيمتها (117).

كما يبين الجدول (4 - 5) إجابات عينة الدراسة عن العبارات المتعلقة بقرار توفير

الأمن والخصوصية في الشركات محل الدراسة. حيث تراوحت المتوسطات الحسابية لقرار

توفير الأمن والخصوصية بين (4.322 - 4.483) بمتوسط كلي مقداره (4.435) على مقياس

ليكرت الخماسي الذي يشير إلى المستوى المرتفع لأهمية قرار توفير الأمن والخصوصية في

الشركات محل الدراسة من وجهة نظر المديرين. إذ جاءت في المرتبة الأولى فقرة "تعمل

الخدمات البنكية الإلكترونية على حماية الموقع الإلكتروني" بمتوسط حسابي بلغ (4.483)

وهو أعلى من المتوسط الحسابي العام البالغ (4.435)، وانحراف معياري بلغ (0.565)، فيما حصلت الفقرة "تمكن الخدمات البنكية الإلكترونية من حماية جملة الإجراءات المتخذة بالبنك" على المرتبة الخامسة والأخيرة بمتوسط حسابي (4.322) وهو أدنى من المتوسط الحسابي العام والبالغ (4.435) وانحراف معياري (0.611).

ويبين الجدول أيضاً التشتت المنخفض في استجابات أفراد عينة الدراسة حول قرار توفير الأمن والخصوصية بفقراته في الشركات محل الدراسة وهو ما يعكس التقارب في وجهات نظر أفراد عينة الدراسة حول قرار توفير الأمن والخصوصية بفقراته في الشركات محل الدراسة. ويشير الجدول أيضاً إلى التقارب في قيم المتوسطات الحسابية. وبشكل عام يتبين أن مستوى أهمية قرار توفير الأمن والخصوصية بفقراته في الشركات محل الدراسة من وجهة نظر عينة الدراسة (المديرين) كان مرتفعاً.

جدول (4 - 5)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية وقيمة t المحسوبة ومستوى قرار توفير الأمن

والخصوصية

ت	قرار الأمن والخصوصية	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة "t" المحسوبة	Sig* مستوى الدلالة	ترتيب أهمية الفقرة	مستوى قرار الأمن والخصوصية
21	تعمل الخدمات البنكية الإلكترونية على الحماية المادية للقنوات الإلكترونية	4.440	0.592	26.410	0.000	4	مرتفع
22	يمكن الخدمات البنكية الإلكترونية من حماية جملة الإجراءات المتخذة بالبنك	4.322	0.611	23.481	0.000	5	مرتفع
23	تعمل الخدمات البنكية الإلكترونية على حماية الموقع الإلكتروني	4.483	0.565	28.469	0.000	1	مرتفع
24	تعطي الخدمات البنكية الإلكترونية القناعة التامة والثقة اللازمة للزبائن لاستعمالات التكنولوجيا البنكية	4.474	0.623	25.707	0.000	2	مرتفع
25	تعمل الخدمات البنكية الإلكترونية على حماية نظام التحقق من الهوية والإمضاء الإلكتروني	4.457	0.622	25.450	0.000	3	مرتفع
	المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لقرار الأمن والخصوصية	4.435	0.461	33.783	0.000	-	مرتفع

قيمة (t) الجدولية عند مستوى $(\alpha \leq 0.05)$ (1.658).

تم حساب قيمة (t) الجدولية بالاستناد إلى درجات الحرية والبالغة قيمتها (117).

(4. 3): تحليل مدى ملائمة البيانات لافتراضات اختبار فرضيات الدراسة

قبل البدء في تطبيق تحليل الانحدار لاختبار فرضيات الدراسة قام الباحث بإجراء بعض الاختبارات وذلك من أجل ضمان ملائمة البيانات لافتراضات تحليل الانحدار، إذ تم التأكد من عدم وجود ارتباط عالٍ بين المتغيرات المستقلة Multicollinearity باستخدام معامل تضخم التباين Variance Inflation Factor (VIF) واختبار التباين المسموح به Tolerance لكل متغير من متغيرات الدراسة مع مراعاة عدم تجاوز معامل تضخم التباين المسموح به (VIF) للقيمة (10). وأن تكون قيمة التباين المسموح به Tolerance أكبر من (0.05).

وتم التأكد أيضاً من اتباع البيانات للتوزيع الطبيعي Normal Distribution بإحتساب معامل الالتواء Skewness، إذ إن البيانات تتبع التوزيع الطبيعي إذا كانت قيمة معامل الالتواء تتراوح بين (± 1) ، والجدول رقم (4 - 6) يبين نتائج هذه الاختبارات.

جدول (4 - 6)

نتائج اختبار تضخم التباين والتباين المسموح به ومعامل الالتواء

ت	المتغيرات المستقلة	VIF	Tolerance	Skewness
1	العوامل التكنولوجية	1.741	0.575	-0.310
2	العوامل التنظيمية	1.513	0.661	-0.317
3	العوامل البيئية	1.613	0.620	-0.405

يتضح من النتائج الواردة في الجدول (4 - 6) عدم وجود تداخل خطي متعدد Multicollinearity بين المتغيرات المستقلة (العوامل التكنولوجية، العوامل التنظيمية والعوامل البيئية)، وإن ما يؤكد ذلك قيم معيار اختبار معامل تضخم التباين (VIF) للأبعاد المتمثلة بـ (العوامل التكنولوجية، العوامل التنظيمية والعوامل البيئية) والبالغة (1.741 ؛ 1.513 ؛ 1.613)

على التوالي والتي تقل عن (10). كما يتضح أن قيم اختبار التباين المسموح به (Tolerance) تراوحت بين (0.575 - 0.661) وهي أكبر من (0.05) ويعد هذا مؤشراً على عدم وجود ارتباط عالٍ بين المتغيرات المستقلة. وقد تم التأكد من أن البيانات تتبع التوزيع الطبيعي بإحتساب معامل الالتواء (Skewness) حيث كانت القيم تتراوح بين (± 1).

وتأسيساً على ما تقدم وبعد التأكد من عدم وجود تداخل خطي بين أبعاد المتغير المستقل، وإن بيانات متغيرات الدراسة تخضع للتوزيع الطبيعي فقد أصبح بالإمكان اختبار فرضيات الدراسة في الشركات محل الدراسة.

(4. 4): اختبار فرضيات الدراسة

الفرضية الرئيسة الأولى

H_{01} : "لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للعوامل المؤثرة على تبني الخدمات البنكية الالكترونية (العوامل التكنولوجية، العوامل التنظيمية والعوامل البيئية) في قرار تبني الشركات الصغيرة والمتوسطة الحجم الخدمات البنكية الالكترونية من وجهة نظر المديرين عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$)".

لاختبار هذه الفرضية تم استخدام تحليل الانحدار المتعدد للتحقق من أثر العوامل المؤثرة على تبني الخدمات البنكية الالكترونية (العوامل التكنولوجية، العوامل التنظيمية والعوامل البيئية) في قرار تبني الشركات الصغيرة والمتوسطة الحجم الخدمات البنكية الالكترونية من وجهة نظر المديرين، وكما هو موضح بالجدول (4 - 7).

جدول (4 - 7)

نتائج اختبار تحليل الانحدار المتعدد لتأثير العوامل المؤثرة على تبني الخدمات البنكية
الالكترونية في قرار تبني الشركات الصغيرة والمتوسطة الحجم الخدمات البنكية الالكترونية من
وجهة نظر المديرين

Sig* مستوى الدلالة	T المحسوبة	درجة التأثير β	Sig* مستوى الدلالة	DF درجات الحرية	F المحسوبة	Adjusted (R ²) معامل التحديد المعدل	(R ²) معامل التحديد	(R) الارتباط	المتغير التابع
0.042	2.059	0.191	0.000	3	29.468	0.422	0.437	0.661	قرار تبني الخدمات البنكية الالكترونية
0.015	2.482	0.215		114					
0.000	4.270	0.381		117					

ملاحظة:

*يكون التأثير ذا دلالة إحصائية عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$).*قيمة F الجدولية عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$) (2.684).*قيمة T الجدولية عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$) (1.658).

يوضح الجدول (4 - 7) أثر العوامل المؤثرة على تبني الخدمات البنكية الالكترونية (العوامل
التكنولوجية، العوامل التنظيمية والعوامل البيئية) في قرار تبني الشركات الصغيرة والمتوسطة
الحجم الخدمات البنكية الالكترونية من وجهة نظر المديرين. إذ أظهرت نتائج التحليل
الإحصائي وجود تأثير ذي دلالة إحصائية العوامل المؤثرة على تبني الخدمات البنكية
الالكترونية (العوامل التكنولوجية، العوامل التنظيمية والعوامل البيئية) في قرار تبني الشركات
الصغيرة والمتوسطة الحجم الخدمات البنكية الالكترونية من وجهة نظر المديرين، إذ بلغ معامل
الارتباط R (0.661) عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$). أما معامل التحديد R^2 فقد بلغ (0.437)، أي أن
ما قيمته (0.437) من التغيرات في قرار تبني الشركات الصغيرة والمتوسطة الحجم الخدمات

البنكية الالكترونية من وجهة نظر المديرين ناتج عن التغير في العوامل المؤثرة على تبني الخدمات البنكية الالكترونية (العوامل التكنولوجية، العوامل التنظيمية والعوامل البيئية)، وفي السياق ذاته، أظهرت نتائج التحليل أن معامل التحديد المعدل $Adjusted R^2$ قد بلغ (0.422) وهو ما يعكس المستوى الصافي للاهتمام بالعوامل المؤثرة على تبني الخدمات البنكية الالكترونية (العوامل التكنولوجية، العوامل التنظيمية والعوامل البيئية) بعد التخلص من قيم الأخطاء المعيارية الناتجة عن قرار تبني الشركات الصغيرة والمتوسطة الحجم الخدمات البنكية الالكترونية من وجهة نظر المديرين. كما بلغت قيمة درجة التأثير β (0.191) للعوامل التكنولوجية و (0.215) للعوامل التنظيمية و (0.381) للعوامل البيئية. وهذا يعني أن الزيادة بدرجة واحدة في مستوى الاهتمام بالعوامل المؤثرة على تبني الخدمات البنكية الالكترونية (العوامل التكنولوجية، العوامل التنظيمية والعوامل البيئية) يؤدي إلى تحسين في قرار تبني الشركات الصغيرة والمتوسطة الحجم الخدمات البنكية الالكترونية من وجهة نظر المديرين بقيمة β (0.191) للعوامل التكنولوجية و (0.215) للعوامل التنظيمية و (0.381) للعوامل البيئية. ويؤكد معنوية هذا التأثير قيمة F المحسوبة والتي بلغت (29.468) وهي دالة عند مستوى $(\alpha \leq 0.05)$. وهذا يؤكد عدم صحة قبول الفرضية الرئيسة الأولى، وعليه ترفض الفرضية العدمية وتقبل الفرضية البديلة التي تنص على:

وجود تأثير ذي دلالة إحصائية للعوامل المؤثرة على تبني الخدمات البنكية الالكترونية (العوامل التكنولوجية، العوامل التنظيمية والعوامل البيئية) في قرار تبني الشركات الصغيرة والمتوسطة الحجم الخدمات البنكية الالكترونية من وجهة نظر المديرين عند مستوى دلالة $(\alpha \leq 0.05)$.

الفرضية الرئيسة الثانية

HO₂: "لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للعوامل المؤثرة على تبني الخدمات البنكية الالكترونية (العوامل التكنولوجية، العوامل التنظيمية والعوامل البيئية) في قرار تبني الشركات الصغيرة والمتوسطة الحجم الخدمات البنكية الالكترونية من حيث خفض التكاليف من وجهة نظر المديرين عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$)".

لاختبار هذه الفرضية تم استخدام تحليل الانحدار المتعدد للتحقق من أثر العوامل المؤثرة على تبني الخدمات البنكية الالكترونية (العوامل التكنولوجية، العوامل التنظيمية والعوامل البيئية) في قرار تبني الشركات الصغيرة والمتوسطة الحجم الخدمات البنكية الالكترونية من حيث خفض التكاليف من وجهة نظر المديرين، وكما هو موضح بالجدول (4) -

(8).

جدول (4 - 8)

نتائج اختبار تحليل الانحدار المتعدد لتأثير العوامل المؤثرة على تبني الخدمات البنكية
الالكترونية في قرار تبني الشركات الصغيرة والمتوسطة الحجم الخدمات البنكية الالكترونية من
حيث خفض التكاليف من وجهة نظر المديرين

Sig* مستوى الدلالة	T المحسوبة	درجة التأثير β	Sig* مستوى الدلالة	DF درجات الحرية	F المحسوبة	Adjusted (R ²) معامل التحديد المعدل	(R ²) معامل التحديد	(R) الارتباط	المتغير التابع
0.022	2.325	0.225	0.000	3	24.038	0.371	0.387	0.622	قرار تبني الخدمات البنكية الالكترونية (خفض التكاليف)
0.480	0.708	0.064		114					
0.000	4.557	0.424		117					

ملاحظة:

*يكون التأثير ذا دلالة إحصائية عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$).*قيمة F الجدولية عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$) (2.684).*قيمة T الجدولية عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$) (1.658).

يوضح الجدول (4 - 8) أثر العوامل المؤثرة على تبني الخدمات البنكية الالكترونية (العوامل
التكنولوجية، العوامل التنظيمية والعوامل البيئية) في قرار تبني الشركات الصغيرة والمتوسطة
الحجم الخدمات البنكية الالكترونية من حيث خفض التكاليف من وجهة نظر المديرين. إذ
أظهرت نتائج التحليل الإحصائي وجود تأثير ذي دلالة إحصائية العوامل المؤثرة على تبني
الخدمات البنكية الالكترونية (العوامل التكنولوجية والعوامل البيئية) في قرار تبني الشركات
الصغيرة والمتوسطة الحجم الخدمات البنكية الالكترونية من حيث خفض التكاليف من وجهة
نظر المديرين، إذ بلغ معامل الارتباط R (0.661) عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$). أما معامل التحديد
 R^2 فقد بلغ (0.437)، أي أن ما قيمته (0.437) من التغيرات في قرار تبني الشركات الصغيرة

والمتوسطة الحجم الخدمات البنكية الالكترونية من حيث خفض التكاليف من وجهة نظر المديرين ناتج عن التغير في العوامل المؤثرة على تبني الخدمات البنكية الالكترونية (العوامل التكنولوجية والعوامل البيئية)، وفي السياق ذاته، أظهرت نتائج التحليل أن معامل التحديد المعدل $Adjusted R^2$ قد بلغ (0.422) وهو ما يعكس المستوى الصافي للاهتمام بالعوامل المؤثرة على تبني الخدمات البنكية الالكترونية (العوامل التكنولوجية والعوامل البيئية) بعد التخلص من قيم الأخطاء المعيارية الناتجة عن قرار تبني الشركات الصغيرة والمتوسطة الحجم الخدمات البنكية الالكترونية من حيث خفض التكاليف من وجهة نظر المديرين. كما بلغت قيمة درجة التأثير β (0.255) للعوامل التكنولوجية و (0.424) للعوامل البيئية. وهذا يعني أن الزيادة بدرجة واحدة في مستوى الاهتمام بالعوامل المؤثرة على تبني الخدمات البنكية الالكترونية (العوامل التكنولوجية والعوامل البيئية) يؤدي إلى تحسين في قرار تبني الشركات الصغيرة والمتوسطة الحجم الخدمات البنكية الالكترونية من حيث خفض التكاليف من وجهة نظر المديرين بقيمة β (0.255) للعوامل التكنولوجية و (0.424) للعوامل البيئية. ويؤكد معنوية هذا التأثير قيمة F المحسوبة والتي بلغت (24.038) وهي دالة عند مستوى $(\alpha \leq 0.05)$. وهذا يؤكد عدم صحة قبول الفرضية الرئيسة الثانية، وعليه ترفض الفرضية العدمية وتقبل الفرضية البديلة التي تنص على:

وجود تأثير ذي دلالة إحصائية للعوامل المؤثرة على تبني الخدمات البنكية الالكترونية (العوامل التكنولوجية والعوامل البيئية) في قرار تبني الشركات الصغيرة والمتوسطة الحجم الخدمات البنكية الالكترونية من حيث خفض التكاليف من وجهة نظر المديرين عند مستوى دلالة $(\alpha \leq 0.05)$."

الفرضية الرئيسة الثالثة

HO₃: "لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للعوامل المؤثرة على تبني الخدمات البنكية الالكترونية (العوامل التكنولوجية، العوامل التنظيمية والعوامل البيئية) في قرار تبني الشركات الصغيرة والمتوسطة الحجم الخدمات البنكية الالكترونية من حيث الأمن والخصوصية من وجهة نظر المديرين عند مستوى دلالة $(\alpha \leq 0.05)$ ".

لاختبار هذه الفرضية تم استخدام تحليل الانحدار المتعدد للتحقق من أثر العوامل المؤثرة على تبني الخدمات البنكية الالكترونية (العوامل التكنولوجية، العوامل التنظيمية والعوامل البيئية) في قرار تبني الشركات الصغيرة والمتوسطة الحجم الخدمات البنكية الالكترونية من حيث الأمن والخصوصية من وجهة نظر المديرين، وكما هو موضح بالجدول (4 - 9).

جدول (4 - 9)

نتائج اختبار تحليل الانحدار المتعدد لتأثير العوامل المؤثرة على تبني الخدمات البنكية الالكترونية في قرار تبني الشركات الصغيرة والمتوسطة الحجم الخدمات البنكية الالكترونية من حيث الأمن والخصوصية من وجهة نظر المديرين

المتغير التابع	(R)	(R ²) معامل التحديد	Adjusted (R ²) معامل التحديد المعدل	F المحسوبة	DF درجات الحرية	Sig* مستوى الدلالة	درجة التأثير β	T المحسوبة	Sig* مستوى الدلالة
قرار تبني الخدمات البنكية الالكترونية (الأمن والخصوصية)	0.535	0.286	0.267	15.217	الانحدار	3	0.336	3.451	0.001
					البواقي	114	0.208	2.069	0.041
					المجموع	117	0.089	0.850	0.397

ملاحظة:

*يكون التأثير ذا دلالة إحصائية عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$).*قيمة F الجدولية عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$) (2.684).*قيمة T الجدولية عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$) (1.658).

يوضح الجدول (4 - 9) أثر العوامل المؤثرة على تبني الخدمات البنكية الالكترونية (العوامل التكنولوجية، العوامل التنظيمية والعوامل البيئية) في قرار تبني الشركات الصغيرة والمتوسطة الحجم الخدمات البنكية الالكترونية من حيث الأمن والخصوصية من وجهة نظر المديرين. إذ أظهرت نتائج التحليل الإحصائي وجود تأثير ذي دلالة إحصائية العوامل المؤثرة على تبني الخدمات البنكية الالكترونية (العوامل التكنولوجية والعوامل التنظيمية) في قرار تبني الشركات الصغيرة والمتوسطة الحجم الخدمات البنكية الالكترونية من حيث الأمن والخصوصية من وجهة نظر المديرين، إذ بلغ معامل الارتباط R (0.535) عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$). أما معامل التحديد R^2 فقد بلغ (0.286)، أي أن ما قيمته (0.286) من التغيرات في قرار تبني الشركات

الصغيرة والمتوسطة الحجم الخدمات البنكية الالكترونية من حيث الأمن والخصوصية من وجهة نظر المديرين ناتج عن التغير في العوامل المؤثرة على تبني الخدمات البنكية الالكترونية (العوامل التكنولوجية والعوامل التنظيمية)، وفي السياق ذاته، أظهرت نتائج التحليل أن معامل التحديد المعدل $Adjusted R^2$ قد بلغ (0.267) وهو ما يعكس المستوى الصافي للاهتمام بالعوامل المؤثرة على تبني الخدمات البنكية الالكترونية (العوامل التكنولوجية والعوامل التنظيمية) بعد التخلص من قيم الأخطاء المعيارية الناتجة عن قرار تبني الشركات الصغيرة والمتوسطة الحجم الخدمات البنكية الالكترونية من حيث الأمن والخصوصية من وجهة نظر المديرين. كما بلغت قيمة درجة التأثير β (0.336) للعوامل التكنولوجية و (0.208) للعوامل التنظيمية. وهذا يعني أن الزيادة بدرجة واحدة في مستوى الاهتمام بالعوامل المؤثرة على تبني الخدمات البنكية الالكترونية (العوامل التكنولوجية والعوامل التنظيمية) يؤدي إلى تحسين في قرار تبني الشركات الصغيرة والمتوسطة الحجم الخدمات البنكية الالكترونية من حيث الأمن والخصوصية من وجهة نظر المديرين بقيمة β (0.336) للعوامل التكنولوجية و (0.208) للعوامل التنظيمية. ويؤكد معنوية هذا التأثير قيمة F المحسوبة والتي بلغت (15.217) وهي دالة عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$). وهذا يؤكد عدم صحة قبول الفرضية الرئيسة الثالثة، وعليه ترفض الفرضية العدمية وتقبل الفرضية البديلة التي تنص على:

وجود تأثير ذي دلالة إحصائية للعوامل المؤثرة على تبني الخدمات البنكية الالكترونية (العوامل التكنولوجية والعوامل التنظيمية) في قرار تبني الشركات الصغيرة والمتوسطة الحجم الخدمات البنكية الالكترونية من حيث الأمن والخصوصية من وجهة نظر المديرين عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$).

ولأغراض بناء أنموذج مقترح لتأثير متغيرات الدراسة بشكل شمولي، استخدم الباحث أسلوب المعادلة الهيكلية من خلال برنامج تحليل المسار Amos الإصدار الحادي والعشرين. إذ بينت النتائج المعروضة بالجدول (4 - 10) أن الأنموذج المقترح قد حقق الموائمة التامة، إذ بلغت قيمة χ^2 المحسوبة (23.988)، وهي ذات دلالة عند مستوى $(\alpha \leq 0.05)$. وما يتعلق بمؤشرات الموائمة المطلقة فقد بلغت قيمة $\text{Goodness of Fit Index (GFI)}$ (0.968) وهو مؤشر موائمة الجودة وهو مقارب إلى قيمة الواحد صحيح. وبنفس السياق بلغت قيمة مؤشر جذر متوسط مربع الخطأ التقريبي $\text{Root Mean Square Error of Approximation (RMSEA)}$ (0.034) وهو يقترب من قيمة الصفر. أما ما يرتبط بمؤشرات الموائمة التدريجية فقد بلغت قيمة م مؤشر الموائمة المقارن $\text{Comparative Fit Index (CFI)}$ (0.948) وهو مقارب إلى قيمة الواحد صحيح، وأخيراً، بلغت قيمة مؤشر الموائمة الطبيعي $\text{Normed Fit Index (NFI)}$ (0.948) وهو مقارب إلى قيمة الواحد صحيح. كما يبين الجدول أيضاً أن معامل التحديد للمتغيرات التابعة كانت (0.316) لخفض التكاليف و (0.323) للأمن والخصوصية. والشكل (4 - 1) يوضح الأنموذج المقترح لتأثير عوامل تبني الخدمات البنكية الالكترونية (العوامل التكنولوجية، العوامل التنظيمية والعوامل البيئية) في قرار تبني الشركات الصغيرة والمتوسطة الحجم الخدمات البنكية الالكترونية ببعديه خفض التكاليف وتوفير الأمن والخصوصية من وجهة نظر المديرين في الشركات محل الدراسة.

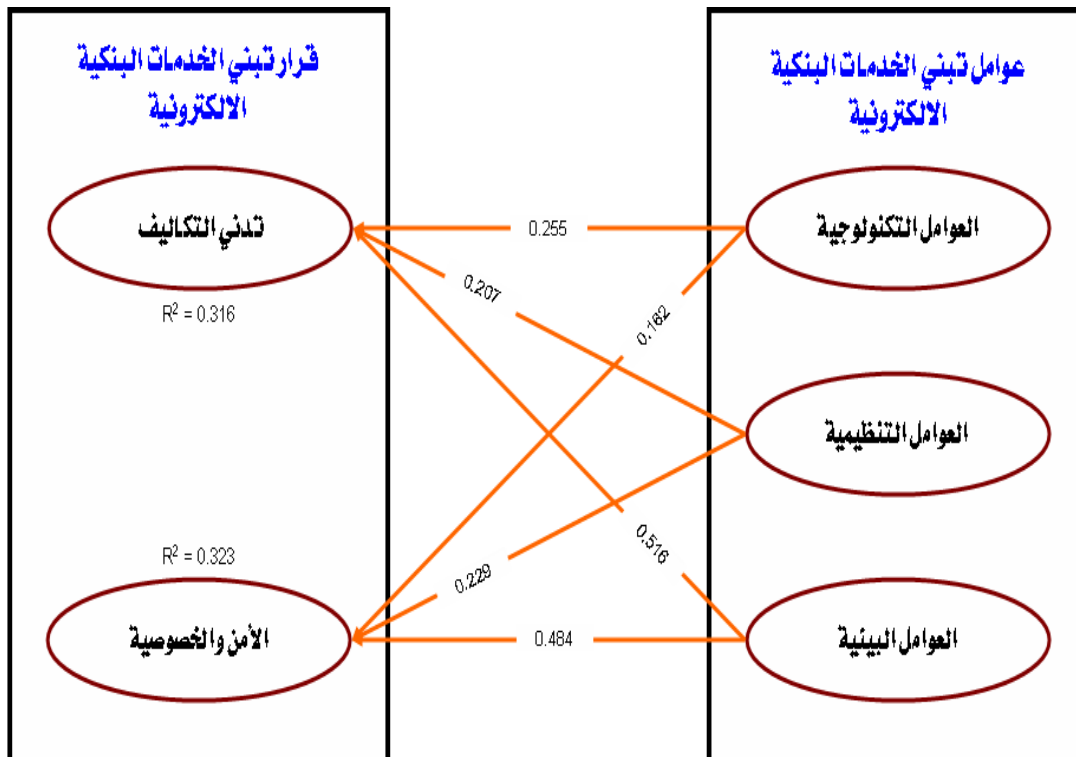
جدول (4 - 10)

نتائج مؤشرات الموائمة لأنموذج المعادلة الهيكلية

المتغيرات		الوزن الإنحداري المعياري	معامل المسار قيم T	مستوى الدلالة P Value
←	العوامل التكنولوجية	0.225	5.355	***
	الأمن والخصوصية	0.162	3.181	0.001
←	العوامل التنظيمية	0.207	4.823	***
	الأمن والخصوصية	0.229	5.317	***
←	العوامل البيئية	0.516	13.216	***
	الأمن والخصوصية	0.484	12.322	***
$P = 0.000$		$DF = 9$		$\chi^2 = 23.988$
مؤشرات مواعمة الشدة		مؤشرات المواعمة التدريجية		مؤشرات المواعمة المطلقة
R^2		CFI	NFI	GFI
0.316		0.948	0.948	0.968
0.323				
2.665				
نتائج المواعمة التامة للتأثير الكلي				

الشكل (4 - 1)

النموذج المقترح لتأثير عوامل تبني الخدمات البنكية الالكترونية (العوامل التكنولوجية، العوامل التنظيمية والعوامل البيئية) في قرار تبني الشركات الصغيرة والمتوسطة الحجم الخدمات البنكية الالكترونية ببعديه (خفض التكاليف والأمن والخصوصية)



الفصل الخامس

مناقشة النتائج والتوصيات

(1 . 5) : المقدمة

(2 . 5) : مناقشة النتائج

(3 . 5) : التوصيات

الفصل الخامس

مناقشة النتائج والتوصيات

(1. 5): المقدمة

في ضوء التحليل الذي تم في الفصل الرابع لنتائج التحليل الإحصائي الوصفي لمتغيرات الدراسة واختبار الفرضيات، فإن هذا الفصل يتناول عرضاً لمجمل النتائج التي توصل إليها الباحث، كإجابة عن الأسئلة التي تم طرحها في الفصل الأول من هذه الدراسة التي مثلت مشكلتها والفرضيات التي بنيت عليها، وعلى ضوء هذه النتائج التي تم التوصل إليها في الدراسة الحالية قدم الباحث عدداً من التوصيات.

(2. 5): مناقشة النتائج

(1 - 2 - 5): النتائج الوصفية لمتغيرات الدراسة

1. تراوحت المتوسطات الحسابية للعوامل التكنولوجية بين (4.067 - 4.313) بمتوسط كلي مقداره (4.205) وهو ما يعكس المستوى المرتفع لأهمية العوامل التكنولوجية في الشركات محل الدراسة من وجهة نظر المديرين.
2. جاء مستوى العوامل التنظيمية في الشركات محل الدراسة من وجهة نظر عينة الدراسة بشكل مرتفع بمتوسط كلي مقداره (4.211)، حيث تراوحت المتوسطات الحسابية للعوامل التنظيمية بين (4.067 - 4.313).

3. تراوحت المتوسطات الحسابية للعوامل البيئية بين (4.067 - 4.313) بمتوسط كلي مقداره (4.008) الذي يشير إلى المستوى المرتفع لأهمية العوامل البيئية في الشركات محل الدراسة من وجهة نظر المديرين.

4. جاء مستوى قرار خفض التكاليف في الشركات محل الدراسة من وجهة نظر عينة الدراسة مرتفع، حيث تراوحت المتوسطات الحسابية لقرار خفض التكاليف بين (3.949 - 4.381) بمتوسط كلي مقداره (4.193).

5. تراوحت المتوسطات الحسابية لقرار الأمن والخصوصية بين (4.322 - 4.483) بمتوسط كلي مقداره (4.435) الذي يشير إلى المستوى المرتفع لأهمية قرار الأمن والخصوصية في الشركات محل الدراسة من وجهة نظر المديرين.

(5 - 2 - 2): نتائج اختبار فرضيات الدراسة

1. وجود تأثير ذي دلالة إحصائية للعوامل المؤثرة على تبني الخدمات البنكية الالكترونية (العوامل التكنولوجية، العوامل التنظيمية والعوامل البيئية) في قرار تبني الشركات الصغيرة والمتوسطة الحجم الخدمات البنكية الالكترونية من وجهة نظر المديرين عند مستوى دلالة $\alpha \leq 0.05$.

وهذه النتيجة تتفق ودراسة، Pham, et. al. (2013) التي أكدت على أهمية العوامل التكنولوجية والتنظيمية والبيئية في تبني الخدمات البنكية الالكترونية في فيتنام.

2. وجود تأثير ذي دلالة إحصائية للعوامل المؤثرة على تبني الخدمات البنكية الالكترونية (العوامل التكنولوجية والعوامل البيئية) في قرار تبني الشركات الصغيرة والمتوسطة الحجم

الخدمات البنكية الالكترونية من حيث خفض التكاليف من وجهة نظر المديرين عند مستوى دلالة $(\alpha \leq 0.05)$.

وهذه النتيجة تتفق ودراسة عبيدات وآخرون (2015) التي توصلت لوجود أثر ذو دلالة إحصائية للخدمات المالية الإلكترونية التي تقدمها المصارف التجارية الأردنية في تحقيق الميزة التنافسية من وجهة نظر العملاء.

3. عدم وجود تأثير ذي دلالة إحصائية للعوامل التنظيمية في قرار تبني الشركات الصغيرة والمتوسطة الحجم الخدمات البنكية الالكترونية من حيث خفض التكاليف من وجهة نظر المديرين عند مستوى دلالة $(\alpha \leq 0.05)$.

وهذه النتيجة تتفق ودراسة القدومي (2008) التي توصلت إلى ان هنالك معوقات تواجه البنوك الالكترونية متمثلة في غياب الوعي تجاه الصيرفة الالكترونية بالرغم من تمتعها بانخفاض حجم المخاطر وتمتعها بمزايا عدة مثل السهولة والسرعة وانخفاض التكاليف.

4. وجود تأثير ذي دلالة إحصائية للعوامل المؤثرة على تبني الخدمات البنكية الالكترونية (العوامل التكنولوجية والعوامل التنظيمية) في قرار تبني الشركات الصغيرة والمتوسطة الحجم الخدمات البنكية الالكترونية من حيث الأمن والخصوصية من وجهة نظر المديرين عند مستوى دلالة $(\alpha \leq 0.05)$.

وهذه النتيجة تتفق ودراسة Takele & Sira (2013) التي بينت هنالك عدة عوامل تؤثر على توجه العملاء للتعامل مع خدمات المصارف الالكترونية المتمثلة في مدى سهولة التعامل مع الخدمات التي تقدمها المصارف الالكترونية.

5. عدم وجود تأثير ذي دلالة إحصائية للعوامل البيئية في قرار تبني الشركات الصغيرة والمتوسطة الحجم الخدمات البنكية الالكترونية من حيث الأمن والخصوصية من وجهة نظر المديرين عند مستوى دلالة $(\alpha \leq 0.05)$.

وهذه النتيجة تتفق ودراسة الطاهات (2006) التي بينت أن ابرز المتغيرات التي تؤثر على مدى إقبال العملاء على الخدمات المصرفية المقدمة عبر الإنترنت كانت تعود لعدة عوامل أبرزها الدعم الفني الخارجي.

(3-5): التوصيات

1. العمل على التحسين والتطوير المستمرين لتكنولوجيا الخدمات المصرفية الالكترونية وذلك من خلال إدخال تحسينات وتطويرات على هذه الخدمات وبشكل مستمر.
2. ضرورة التركيز على مظهر التسهيلات المادية والمكانية المرافقة للخدمات المصرفية الالكترونية من حيث جودة وسلامة الأدوات والماكينات والأجهزة المستخدمة من ناحية ومن ناحية أخرى المظهر الخارجي لماكينات الصراف الآلي وتصميم ديكوراتها وشكلها الخارجي، بحيث تكون قادرة على خلق أجواء مريحة للمتعاملين معها.
3. تخطيط المواقع والأماكن التي سوف يتم وضع أجهزة الخدمات المصرفية الالكترونية منها، بدرجة عالية من الدقة، بحيث تكون قادرة على خدمة أكبر شريحة ممكنة من المتعاملين وضمن أماكن ملائمة بالنسبة لهم، وبانتشار يغطي كافة المناطق الجغرافية، وأن تتمتع هذه الأماكن بدرجة عالية من الأمان بالنسبة للمتعامل.

4. الرقابة المستمرة والدائمة على أجهزة الخدمات المصرفية الالكترونية، والتأكد من سلامة أدائها وعدم وجود أي مشاكل أو أعطال، حيث يتم معالجتها بالسرعة الممكنة عند وقوعها وبما لا يترتب عليه ضرر بالمتعامل أو البنك الذي يقدمها.
5. تطوير تقنيات المعلومات والاتصالات بما يكفل انسياب الخدمات المصرفية بكفاءة عالية من خلال تفعيل شبكة الانترنت كعامل مهم من عوامل نجاح البنوك والمؤسسات المالية في العصر الحديث.

قائمة المراجع

أولاً: المراجع العربية

ثانياً: المراجع الاجنبية

أولاً: المراجع العربية

1. بريكة، السعيد، (2006). المصارف الإلكترونية: واقع وتحدي. المؤتمر العلمي الثاني: الجودة الشاملة في ظل إدارة المعرفة وتكنولوجيا المعلومات، جامعة العلوم التطبيقية، عمان، الأردن.
2. التميمي، وفاء. (2007). أثر الابتكار التسويقي في جودة الخدمات المصرفية: دراسة ميدانية في المصارف التجارية الأردنية. المجلة الأردنية للعلوم التطبيقية، المجلد العاشر، العدد الأول.
3. الحاج، ليث. (2012). نظام الخدمات المصرفية الالكترونية عبر (SMS) ودوره في تحقيق ولاء العملاء في البنوك التجارية الأردنية، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الشرق الأوسط، عمان.
4. الخصبة، زياد، (2006). أثر العوامل التنظيمية والتقنية في تطبيقات نظم المعلومات الإدارية، دراسة تطبيقية في القطاع المصرفي، بحث منشور، مجلة الجامعة الأردنية، إدارة الأعمال، 4 (2).
5. الردايدة، رمزي (2011). أثر جودة الخدمة المصرفية الالكترونية في تقوية العلاقة بين المصرف والزبائن: دراسة مقارنة على عينة من زبائن المصارف الأردنية والمصارف الأجنبية في مدينة عمان. رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الشرق الأوسط. عمان.
6. سفر، أحمد. (2006). العمل المصرفي الإلكتروني في البلدان العربية. المؤسسة الحديثة للكتاب، طرابلس.

7. الصرن، رعد وعبد اللطيف، عبد اللطيف. (2006). العوامل المؤثرة في عولمة جودة الخدمة المصرفية عبر شبكات الانترنت: دراسة ميدانية مقارنة بين بعض المصارف السورية والأردنية. *مجلة العلوم الادارية*، 33 (2).
8. الطاهات، مروان. (2006). تقييم الخدمات المصرفية عبر الانترنت المقدمة من البنوك التجارية الأردنية. *رسالة ماجستير غير منشورة*، جامعة آل البيت. المفرق.
9. عبيدات، سماح؛ الشبلي، هيثم واللوزي، باسم. (2015). دور الخدمات الإلكترونية المالية في تحقيق الميزة التنافسية في البنوك التجارية الأردنية. *المجلة العربية للدراسات المعلوماتية*، 5: 190 – 228.
10. العجارمة، تيسير. (2005). *التسويق المصرفي*. دار حامد للنشر والتوزيع، عمان.
11. الغندور، حافظ. (2003). *"محاور التحديث الفعال في المصارف العربية فكر ما بعد الحداثة"*. بيروت، جمعية اتحاد المصارف العربية.
12. فاحوش، نادر. (2001). *العمل المصرفي عبر الانترنت*. الدار العربية للعلوم
13. القدومي، ثائر. (2008). العوامل المؤثرة في انتشار الصيرفة الالكترونية الالكترونية: دراسة تطبيقية على البنوك التجارية الأردنية. *المجلة الأردنية للعلوم التطبيقية*، المجلد الحادي عشر، العدد الثاني، عمان:الأردن.
14. القدومي، ثائر. (2008). *الصيرفة الإلكترونية في المصارف التجارية الأردنية: دراسة تطبيقية لدور الخصائص الشخصية – المعوقات ومقومات النجاح*. بحث منشور، جامعة العلوم التطبيقية الخاصة، عمان.

15. نصري، وديع. (2015). نموذج تبني استخدام الانترنت في الخدمات المصرفية في

تونس. المجلة الأردنية في إدارة الأعمال، 11 (3): 669 – 683.

16. عبيدات، محمد. (2006). إدارة التسويق المعاصر. الطبعة الأولى، عمان، المؤلف.

17. العلوان، علي والضمور، هاني. (2008). العوامل المؤثرة على تبني المستهلك الأردني

لتكنولوجيا الخدمة الذاتية (تكنولوجيا الصراف الآلي). العلوم الإدارية، 35 (2): 411 – 441.

18. البنك المركزي الأردني. (2011). تعميم رقم 10/5/436 تاريخ 11/1/2011.

ثانياً: المراجع الأجنبية

1. Abbad, M. (2011). E-banking in Jordan. **Behaviour & Information Technology**, 32(7): 681-694.
2. Al-Fahim, N; Jusoh, W & Abideen, A. (2014). Factors Affecting the intention to adopt Internet Banking Services among Small and Medium Sized Enterprises in Yemen. **Journal of Management and Business Studies**, 3(9): 432-440.
3. Al-Smadi, M. (2012). Factors Affecting Adoption of Electronic Banking: An Analysis of the Perspectives of Banks' Customers. **International Journal of Business and Social Science**, 3(17):294-309.
4. Bultum, A. (2014). Factors Affecting Adoption of Electronic Banking System in Ethiopian Banking Industry. **Journal of Management Information System and E-commerce**, 1(1).1-17.
5. Durkin, M; O'Donnell, A; Mullholland, G & Crowed, J. (2007). On e - banking adoption: from banker perception to customer reality. **Journal of Strategic Marketing**, 15 (2-3): 237 – 252.

6. Elissar, T; Naoufel, D & Roy, Toffoli. (2009). The Adoption of "E-Banking" by Lebanese Banks: Success and Critical Factors. *International Journal of E-Services and Mobile Applications*, 1 (1).
7. El-Qirem, I. (2013). Critical Factors Influencing E-Banking Service Adoption in Jordanian Commercial Banks: A Proposed Model. **International Business Research**, 6 (3): 229 – 236.
8. Featherman, M. & Pavlou, P. (2002). Predicting e-services adoption: a perceived risk facet perspective. **International Journal of Human Computer Studies**, 59 (4): 451-474.
9. Gbadeyan, R. & Gbonda, O. (2011). Customers' Preference for E – Banking Services: A Case Study of Selected Banks in Sierra Leone. **Australian Journal of Business and Management Research**, 1(4): 108-116.
10. Gemechu, A. (2012). Adoption of Electronic banking system in Ethiopian Banking industry: Barriers and Drivers. Addis Ababa University, **unpublished master's thesis**.
11. Gerrard, p. & Cunningham, B. (2003). The diffusion of internet banking among Singapore consumer. **The Journal of Bank Marketing**, 21(1): 16-28.
12. Ismail, M. & Osman, M. (2012). Factors Influencing the Adoption of E-banking in Sudan: Perceptions of Retail Banking Clients. **Journal of Internet Banking and Commerce**, 17(3): 1-16.
13. Jane, M; Kolodinsky, J; Hogarth, M. (2004). The adoption of electronic banking technologies by US consumers. **International Journal of Bank Marketing**, 22 (4): 238 – 259.
14. Khurshid, A; Rizwan, M & Tasneem, E. (2014). Factors contributing towards adoption of E-banking in Pakistan. **International Journal of Accounting and Financial Reporting**. 4 (2): 437 – 455.
15. Kotler, P & Keller, K. (2012). **Marketing Management**. 14th ed., Pearson Education, Inc.

16. Ndlovu, I & Sigola, M. (2013). Benefits and Risks of E-Banking: Case of Commercial Banking In Zimbabwe. **The International Journal of Engineering And Science**, 2(4): 34-40.
17. Olatokun, W & Owoeye, O. (2012). Influence of Individual, Organizational and System Factors on Attitude of Online Banking Users. **Proceedings of Informing Science & IT Education Conference**, U.K.
18. Omar, A. (2011). Customer Perception towards Online Banking Services: Empirical Evidence from Pakistan. **Journal of Internet Banking and Commerce**, 16(2).
19. Pham, L; Cao, N & Nguyen, T. (2013). Structural Models for E-Banking Adoption in Vietnam. **International Journal of Enterprise Information Systems**, 9 (1).
20. Raman, M. (2007). The Impact of E-Commerce Security and National Environment on Consumer adoption of Internet Banking in Malaysia and Singapore. **Journal of Internet Banking and Commerce**, 12(2): 1 – 20.
21. Riyadh, A; Akter, S & Islam, N. (2009). The Adoption of E- banking in Developing Countries: A Theoretical Modle for SMEs. **International Review of Business Research Papers**, 5(6): 212-230.
22. Rizk, M. (2014). Organizational & Customer Factors Influencing Adoption of Electronic Banking: Proposed Strategies for Egyptian Banking Sector. <http://ssrn.com/abstract=2483961>.
23. Schiffman, G; Leon, K & Leslie, L. (2007). **Consumer Behavior**. 9th ed., New Jersey: Person Education Inc.
24. Sekaran & Bougie, 2010
25. Sekaran, U & Bougie, R. (2010). **Research Methods for Business: A skill building Approach**. 5th ed., John Wiley & Sons.
26. Shaikh, M. (2014). Ethiopian Banker's Perception of Electronic Banking in Ethiopia – A Case of Adama City. **International Journal of Scientific and Research Publications**, 4(9).

27. Siam, A. (2006). Role of the Electronic Banking Services on the Profits of Jordanian Banks. **American Journal of Applied Sciences**, 3(9):1999-2004.
28. Takele, Y & Sira, Z. (2013). Analysis of Factors Influencing Customers' Intention to The Adoption of E-Banking Service Channels in Bahir Dar City: An Integration of Tam. **Tpb And Pr.European Scientific Journal**, 9(13).
29. Turban, E; King, D; McKay, J; Marshall, P; Lee, J and Viehland, D. (2008). **Electronic Commerce 2008: A Managerial Perspective**. Upper Saddle River, NJ: Pearson Education, Inc.
30. Wai- Ching, P. (2007). Users' adoption of e-banking services: the Malaysian perspective. **Journal of Business & Industrial Marketing**, 23 (1): 59 – 69.
31. Zeithaml, V; Bitner, M and Gremler, D. (2006). **Services Marketing**. 4th ed., McGraw Hill.

قائمة الملاحق

- الملحق رقم (1): أسماء محكمي أداة الدراسة (الاستبانة)
- الملحق رقم (2): أداة الدراسة (الاستبانة) بشكلها النهائي

الملحق رقم (1): أسماء محكمي أداة الدراسة (الاستبانة)

الرقم	اللقب العلمي والاسم	التخصص	مكان العمل
1	أ.د. ليث سلمان الربيعي	تسويق	جامعة الشرق الأوسط
2	أ.د. حسن علي الزعبي	إدارة أعمال	جامعة العلوم التطبيقية
3	د. أحمد علي صالح	إدارة أعمال	جامعة الشرق الأوسط
4	د. هيثم محمد الزعبي	إدارة أعمال	جامعة الشرق الأوسط
5	د. أمجد فهد طويقات	إدارة أعمال	جامعة الشرق الأوسط
6	د. محمود حسين أبو جمعه	إدارة أعمال	جامعة الشرق الأوسط

الملحق رقم (2): أداة الدراسة (الاستبانة) بشكلها النهائي

السيد / ة الفاضل / ة تحية طيبة

يهدف الباحث القيام بدراسة بعنوان "العوامل المؤثرة في قرار تبني الشركات الصغيرة والمتوسطة الحجم الخدمات البنكية الالكترونية من وجهة نظر المديرين". حيث تهدف الدراسة إلى تحديد العوامل المؤثرة في قرار تبني الشركات الصغيرة والمتوسطة الحجم الخدمات البنكية الالكترونية من وجهة نظر المديرين.

نحن نشق بآرائكم وستكون هذه الآراء موضع اعتزاز وتقدير

المشرف: أ.د. محمد النعيمي ☐ الطالب: معتز جريسات

البيانات الشخصية والوظيفية

- | | |
|---|--|
| (1) الجنس | |
| ☐ ذكر | ☐ أنثى |
| (2) العمر | |
| ☐ 30 سنة فأقل | ☐ من 31 – 35 سنة |
| ☐ من 36 – 40 سنة | ☐ من 41 – 45 سنة |
| ☐ 46 سنة فأكثر | |
| (3) المؤهل العلمي | |
| ☐ بكالوريوس | ☐ دبلوم عال |
| ☐ ماجستير | ☐ دكتوراه |
| (4) عدد سنوات الخبرة | |
| ☐ 5 سنوات فأقل | ☐ من 6 – 10 سنوات |
| ☐ من 11 – 15 سنة | ☐ 16 سنة فأكثر |

الرجاء بيان الرأي بالعبارات التالية لتحديد مدى الإتفاق بما يرد في كل عبارة من عبارات العوامل التكنولوجية والتنظيمية والبيئية

ت		الفقرة	بدائل الإجابة				
أوافق بشدة				أوافق	أوافق إلى حد ما	لا أوافق	لا أوافق على الإطلاق
العوامل التكنولوجية							
1	تكنولوجيا الخدمات البنكية الإلكترونية تؤدي وظيفتها بدرجة عالية من الصحة والدقة						
2	تكنولوجيا الخدمات البنكية الإلكترونية قادرة على تلبية احتياجاتي ورغباتي بصورة أسرع وأفضل						
3	تكنولوجيا الخدمات البنكية الإلكترونية سهلة الفهم والاستخدام						
4	تتمتع تكنولوجيا الخدمات البنكية الإلكترونية بدرجة عالية من الكفاءة والجدارية في أداء وظائفها						
5	تعد تكنولوجيا الخدمات البنكية الإلكترونية طريقة مميزة في الحصول على الخدمة المصرفية						
العوامل التنظيمية							
6	تتصف الخدمات البنكية الإلكترونية بالبنوك التجارية بالمرونة						
7	تدعم إدارة البنوك التجارية عمليات الخدمات البنكية الإلكترونية						
8	تمتلك البنوك التجارية موارد كافية لتحسين خدماتها البنكية الإلكترونية						
9	تدعم إدارة البنوك التجارية عمليات التخطيط الاستراتيجي للخدمات البنكية الإلكترونية						
10	تتصف إجراءات الخدمات البنكية الإلكترونية بالبنوك التجارية بالملائمة						
العوامل البيئية							
11	الخدمات البنكية الإلكترونية المتوفرة تلبي حاجات ورغبات الزبائن						
12	حسنت الخدمات البنكية الإلكترونية من صورة ومكانة البنك						
13	عملت الخدمات البنكية الإلكترونية على زيادة حصة البنوك السوقية						
14	تتوافق الخدمات البنكية الإلكترونية مع متطلبات ورغبات الزبائن						
15	تتأثر الخدمات البنكية الإلكترونية للبنوك بعوامل الدعم الفني الخارجي						

الرجاء بيان الرأي بالعبارات التالية لتحديد مدى الإتفاق بما يرد في كل عبارة من عبارات قرار
تبني الشركات الصغيرة والمتوسطة الحجم الخدمات البنكية الالكترونية

ت	الفقرة	بدائل الإجابة			
		أوافق بشدة	أوافق	أوافق إلى حد ما	لا أوافق لا أوافق على الإطلاق
خفض التكاليف					
16	تؤدي الخدمات البنكية الإلكترونية إلى تخفيض تكاليف السحب والإيداع اليدوي				
17	تحقق الخدمات البنكية الإلكترونية إنخفاضاً بتكاليف ضرورة وجود بنية تحتية تكنولوجية				
18	تعمل الخدمات البنكية الإلكترونية على خفض تكاليف منع حدوث الأخطاء أثناء تقديم الخدمة المصرفية				
19	تحقق الخدمات البنكية الإلكترونية إنخفاضاً بتكاليف التحقق من جودة الخدمة المصرفية المقدمة للزبائن				
20	تمكن الخدمات البنكية الإلكترونية من تخفيض تكاليف تطوير وتدريب العاملين				
الامن والخصوصية					
21	تعمل الخدمات البنكية الإلكترونية على الحماية المادية للقنوات الالكترونية				
22	تمكن الخدمات البنكية الإلكترونية من حماية جملة الإجراءات المتخذة بالبنك				
23	تعمل الخدمات البنكية الإلكترونية على حماية الموقع الالكتروني				
24	تعطي الخدمات البنكية الإلكترونية القناعة التامة والثقة اللازمة للزبائن لاستعمالات التكنولوجيا البنكية				
25	تعمل الخدمات البنكية الإلكترونية على حماية نظام التحقق من الهوية والإمضاء الالكتروني				